

دراسات عن المرأة والإعلام

أ.م.د. نسرين عبدالعزيز

أ.د. هويدا مصطفى



دراسات عن المرأة والإعلام

تأليف

أ.د. هويدا مصطفى أ.م.د. نسرین عبد العزيز

طبعة ٢٠٢١

مصطفى، هويدا

دراسات عن المرأة والإعلام / تأليف هويدا مصطفى، نسرين عبد العزيز-
القاهرة: أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، ٢٠٢١.

٢١٢ ص، ٢٤ سم

تدمك: ٩٧٨ ٩٧٧ ٣٩٩ ٨٢٧١

١- المرأة في الحياة العامة

أ- عبد العزيز، نسرين (مؤلف مشارك)

ب- العنوان

٣-١،٤١٢

دراسات عن المرأة والإعلام

تأليف

أ.د. هويدا مصطفى أ.م.د. نسرین عبد العزيز

دار أطلـس



للنشر
والتوزيع

ش. م. م.

عادل المصري

المدير التنفيذي

هانى عبد اللطيف

رقم الإيداع

٢٠٢١/٥٧٨٦

الترقيم الدولى

٩٧٨-٩٧٧-٣٩٩-٨٢٧-١

الطبعة الاولى

طبعة ٢٠٢١

الكتاب : دراسات عن المرأة والإعلام

المؤلف: أ.د. هويدا مصطفى، أ.م.د نسرين عبد العزيز

الناشر: دار أطلـس للنشر والتوزيع ش.م.م.

٥ ش صبرى أبو علم - ناصية ش شريف- وسط البلد -
القاهرة

daratlaspublish@gmail.com

<https://www.facebook.com/307172482657080->

/دار-أطلـس-للنشر

تليفون: ٢٣٩٥٠.٨٧٦ - ١٢٧٢٢٢٧٤٤٢ .

المقدمة

تشير الدراسات العربية أن تناول قضايا المرأة في وسائل الإعلام لا يزال يعاني من مشكلات ولا يرتقي إلى مستوى التحولات التي شهدتها الساحة من إنجازات ملموسة خلال الفترة الماضية وتحديداً العشرين سنة الأخيرة من القرن العشرين في مجالات التعليم والعمل والمشاركة الاجتماعية والثقافية والإبداعية والنضال الوطني، وهذا مرتبط في سياق الموروث الثقافي الذي لا يزال يؤثر بصورة سلبية في تحديد أدوار ومواقع المرأة، ومواقف كل من المجتمع ووسائل الإعلام منها. في نفس الوقت هناك تكريس للتوجهات التقليدية تجاه المرأة من خلال تركيز وسائل الإعلام على إبراز دور المرأة التقليدي تحت مسميات الحفاظ على العادات والتقاليد.

وهذه النظرة تنعكس على صعيد الواقع والعلاقات السائدة في المجتمع بسلوكيات تضع عدداً من المشكلات والتعقيدات أمام تقدم المرأة وتحررها من الموروثات القديمة.

فالحركة النسائية المعاصرة ترى أن الإعلام بشكل عام يعد مسئولاً عن استمرار الصورة النمطية التقليدية لأدوار النوع مما ساعد على استمرار الصورة النمطية في الذهن للجميع.

فمن خلال المتابعات والملاحظة العامة لما تقدمه وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة من أخبار وبرامج وأنشطة إعلامية يتضح جانب القصور وإغفال دور المرأة وحقوقها في مجالات القرار ، فالقضايا المتعلقة بالمرأة والأسرة يتم تناولها في إطار محدود ومساحات محدودة تتجه في الغالب نحو موضوعات عامة عن صحة الأسرة والمجتمع والاهتمامات التقليدية للمرأة وقضايا تربية الأبناء والرعاية الصحية، وموضوعات متنوعة في مجالات العلاقات الزوجية وأخبار القيادات النسائية والنشاطات الرسمية للمنظمات والجمعيات النسائية إلى جانب النشاطات الموسمية التي ترافق الاتجاهات الرسمية عند القيام بالفعاليات ذات العلاقة بالنشاطات المتعلقة بالحقوق والتشريعات والمشاركة السياسية.

وعند الوقوف الجاد أمام ما تنشره الصحف اليومية ووسائل الإعلام يلاحظ غياب تناول قضايا مهمة وحساسة ذات أبعاد قانونية وثقافية وتنموية وسياسية.

حيث يُجمع الباحثون في مجال الاتصال والإعلام على الدور الخطير الذي يلعبه الإعلام في التأثير على المتلقي ، علاوة على ما تتميز به وسائل الإعلام من طبيعة مزدوجة تساعد على نشر وترويج الأفكار والقيم في آن واحد فهي قد تساعد على تغيير القيم والعادات والمفاهيم التقليدية فتسهم في ذلك بخلق أشكال جديدة من الوعي أو تعمل على تثبيت القيم والرؤى التقليدية فتسهم عندئذ في تزييف وعي الأفراد وذواتهم وأدوارهم الحقيقية، ومما لاشك فيه أن الإعلام له دور مهم في تشكيل الوعي الثقافي والقيمي في المجتمع ويعود ذلك للإمكانيات المتاحة أمام وسائل الإعلام لتوصيل الرسالة الإعلامية للرأي العام من مختلف الفئات الاجتماعية.

وتكمن أهمية الإعلام في إبراز قضية المرأة والدفع بها إلى الأمام من خلال إبراز دور المرأة والمفاهيم المتعلقة بحقوقها في التعليم والمشاركة الاجتماعية والسياسية وشغل المناصب العامة وغيرها من خلال الوسائل الإعلامية المتعددة باعتبارها وسائط ثقافية تربوية ترفيحية لها تأثير كبير في اتجاهات الرأي العام.

وذلك إذا ما وضعت لها سياسات واضحة تتبنى قضايا المرأة وتستند إلى بلورة وعي عام لدى المجتمع من خلال التأكيد على وظيفة المرأة الأساسية ودورها في التنمية الاقتصادية والاجتماعية وإفساح المجال لها للمشاركة في الحياة الاجتماعية والتعريف بقضاياها ومشكلاتها بما تستحقه هذه القضايا من اهتمام في كافة وسائل الإعلام والاتصال مع السعي لتعديل الاتجاهات نحو التبنّي الإيجابي لمجموعة من القيم التي تدعم المفاهيم المرتبطة بقضايا المرأة وحقوقها الأساسية مثل المساواة في حق العمل والتعليم والمشاركة ، فالإعلام يسهم بدور مؤثر في خلق مناخ عام مؤيد ومتفهم لقضايا المرأة وأهمية إدماجها في صنع القرار.

ومن هنا تأتي أهمية هذا الكتاب الذي يحمل عنوان دراسات عن المرأة والإعلام الذي يعني بمداخل عدة لتناول قضايا مختلفة عن المرأة في علاقتها بالمجتمع ووسائل الإعلام.

فتناول الكتاب من خلال فصوله المختلفة البعد التاريخي لكفاح المرأة وسعيها لتأكيد ذاتها وارتباطها بحركة المجتمع وهو ما ظهر في ثورة ١٩١٩م ومعالجة ذلك في الدراما المصرية، مرورًا بدور الإعلام في تبني قضايا المرأة وإبراز صورتها الموضوعية والمتوازنة، وكذلك علاقة المرأة بوسائل الإعلام من خلال رصد دور مواقع التواصل الاجتماعي في إمداد المرأة بالمعلومات وتأثيرها على مشاركة المرأة المجتمعية والوعى بحقوقها، وانتهاءً بمدى إدراك المرأة واتجاهاتها نحو رصد صورة المرأة في التنظيمات الإرهابية كأحد التحديات التي تواجه المجتمع مع تنامي ظاهرة الإرهاب وتوظيف العناصر النسائية في التنظيمات الإرهابية من خلال دراسة دور دراما الفضائيات العربية في تشكيل صورة المرأة في التنظيمات الإرهابية لدى المرأة المصرية .

ونأمل من خلال جهد بحثي للمؤلفتين أن تسهم هذه الدراسات في إلقاء الضوء على جوانب ومداخل مختلفة تحمل في مجملها تصورات علمية عن ثلاثية المرأة/ المجتمع/ الإعلام.

أ.د. هويدا مصطفى



الفصل الأول

الإعلام وتنمية الوعي بقضايا المرأة



الإعلام وتنمية الوعي بقضايا المرأة

أ.د. هويدا مصطفى

مقدمة:

شهدت قضايا المرأة على امتداد السنوات الخمسين الماضية تطورات ملموسة تمثلت في العديد من الجهود سواء على المستوى الرسمي أو غير الرسمي للنهوض بأوضاع المرأة في المجتمع، كانت نتاجاً لعدة تطورات على المستوى السياسي والاجتماعي والاقتصادي والثقافي التي شهدتها المجتمع المصري خلال هذه الفترة. كما كانت هذه التطورات انعكاساً لاهتمام دولي خلال العقدين الماضيين بتفعيل دور المرأة في المجتمع والسعي نحو تدعيم مشاركتها في الحياة العامة على مستوى القطاعات والأنشطة المجتمعية كافة لإشراك المرأة في السلطة الإدارية وعملية اتخاذ القرار في جميع الميادين سواء كانت سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية.

وقد بدأت هذه الأنشطة بإعلان الجمعية العامة للأمم المتحدة عام ١٩٧٥ سنة دولية للمرأة. وفي هذا العام نفسه انعقد المؤتمر الأول للمرأة في المكسيك والذي عكس بداية الاهتمام الفعلي والدولي بوضع قضايا المرأة على قائمة أولويات اهتمام الأمم المتحدة، مما كان له أكبر الأثر في امتداد هذا الاهتمام على المستويات الإقليمية والمحلية.

وقد استمر هذا الاهتمام على امتداد عقد السبعينيات، حيث اعتمدت الجمعية العامة للأمم المتحدة عام ١٩٧٩ اتفاقية القضاء على جميع أشكال التمييز ضد المرأة والتي بدأ تطبيقها عام ١٩٨١، وقد صدقت مصر على هذه الاتفاقية بموجب القرار الجمهوري رقم ٤٣٤ لعام ١٩٨٤.

كما توالى المؤتمرات الدولية للنهوض بوضع المرأة ومناقشة قضايا دمجها في الحياة وإلغاء كل أشكال التمييز ضدها، فكان مؤتمر المرأة الثالث في نيروبي عام ١٩٨٥، والمؤتمر العالمي الرابع للمرأة في بكين عام ١٩٩٥، وهذه المؤتمرات استهدفت «تضمين رؤية المرأة في رسم مختلف السياسات والنفاذ بها إلى مراكز صنع القرار».

وهي الشعارات التي رفعتها هذه المؤتمرات. كما لم تغب قضايا المرأة عن اهتمامات المؤتمرات الدولية، حيث أكد المؤتمر العالمي لحقوق الإنسان الذي عُقد في فيينا عام ١٩٩٣ أن حقوق المرأة هي جزء من حقوق الإنسان، كما ركز مؤتمر التنمية الاجتماعية الذي عُقد في كوبنهاغن عام ١٩٩٥ على دور المرأة في التنمية.

وقد انعكس الاهتمام الدولي بقضايا المرأة على المستوى المحلي، حيث سعى عديد من حكومات دول العالم إلى سن التشريعات التي تحقق المساواة بين الرجل والمرأة وإنشاء آليات وطنية لتحقيق هذه المساواة في شتى قطاعات المجتمع.

وقد جاءت هذه الجهود لتحسن من الواقع الذي تعيشه المرأة في المجتمعات النامية والمجتمعات العربية، والذي لا يزال -رغم الجهود المبذولة والتطورات التي شهدتها قضايا المرأة في هذه المجتمعات وصولاً إلى دمجها في نسيج المجتمع ومنحها كل الحقوق التي تكفل لها أداء مسؤولياتها ودورها المهم في جميع مجالات الحياة الاقتصادية والاجتماعية بالإضافة إلى تفعيل مشاركتها في الحياة السياسية- يعبر عن وجود فجوة ملموسة بين هذا الواقع وبين مستوى الطموحات التي عبّرت عنها فاعليات هذه المؤتمرات وما خرجت به من توصيات.

ولا شك أن النسق القيمي للمجتمع هو الذي يحدد الدور الذي تلعبه المرأة في المجتمع، كما أنه يشكل الإطار الذي تمارس من خلاله المؤسسات والأجهزة المختلفة تأثيرها وتحديد أنماط تفاعلها مع الفئات والقطاعات المختلفة داخل هذا المجتمع، وبالتالي تحديد الصورة التي تشكّل عن هذه الفئات ومدى فاعليتها داخل الكيان المجتمعي.

ومن هذا المنطلق تلعب وسائل الإعلام والسياسات المرتبطة بها دوراً فاعلاً في نشر وترويج الصور الذهنية عن هذه الفئات وبالتالي تسهم في خلق أشكال جديدة من الوعي بأهمية هذه الأدوار أو على العكس من ذلك، تعمل هذه الوسائل على تثبيت وتعميق الرؤى التقليدية التي تسهم في تهميش بعض الفئات وعزلها في إطار من الوظائف والأدوار التقليدية التي لا تعكس الصورة الحقيقية والقدرات التي تتميز بها هذه الفئات، وهو ما ينطبق على وضع المرأة كما تعكسه وسائل الإعلام.

وقبل التعرض لأنماط الصورة الذهنية للمرأة كما تسهم هذه الوسائل في تشكيل ملامحها، تجب الإشارة إلى الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في تشكيل النسق القيمي السائد في المجتمع، كما أنها - في الوقت نفسه - تتأثر بهذا النسق الذي يعكس الخصوصية الثقافية والاجتماعية والحضارية لكل مجتمع على حدة. وبالنظر إلى هذا النسق داخل المجتمعات العربية تبرز التأثيرات الثقافية التي تميز المجتمعات العربية والتي تعكس نمطين من العلاقات والقيم الاجتماعية، يتمثل أولهما في النمط التقليدي الذي يُعلي من القيم الجمعية والعصبية السائدة في البيئات الزراعية والبدوية مما يؤثر على عملية تقسيم الأدوار الاجتماعية ويرسم للمرأة حدود فعلها الاجتماعي، محصوراً في أدوارها التقليدية داخل الأسرة. أما النمط الآخر فيتمثل في النمط الأوروبي الذي تأثرت به المجتمعات العربية منذ نهاية القرن الثامن عشر، وأفرز نظاماً قيمياً محدداً انعكس على شتى المستويات السياسية والاقتصادية والفكرية والثقافية أعطى للمرأة حدوداً أكثر اتساعاً في العمل الاجتماعي والحياة العامة بشكل عام.

ولم تكن العلاقة بين هذين النمطين في صالح مستمر، بل شهدت هذه العلاقة صراعاً مستمراً أثر على تشكيل الوعي بقضايا وحقوق المرأة بين الصعود والهبوط.

وقبل التعرض للصورة الذهنية التي تعكسها وسائل الإعلام عن المرأة وقضاياها المختلفة يمكن رصد ملامح من الواقع الذي تعيشه المرأة في المجتمعات العربية والدور الذي تلعبه في الحياة العامة والذي يشكل الإطار الذي تمارس فيه وسائل الإعلام دورها في التعبير عن قضايا الشرائح المختلفة داخل المجتمع.

واقع المرأة العربية ومدى تفاعلها في الحياة العامة

أولاً- المرأة والحياة السياسية:

تعد المشاركة في الحياة السياسية من المؤشرات الدالة على المكانة التي تشغلها المرأة في الحياة العامة، وهي تنعكس من خلال مشاركة المرأة في المجال التشريعي والمكانة التي تحتلها في عملية اتخاذ القرار ومدى وجودها في المناصب الدولية على المستوى الدولي.

والمؤشر المستخدم حاليًا لتحديد مستوى ونسبة مشاركة المرأة في الحياة السياسية، وفقًا لتقارير التنمية البشرية الدولية يتمثل في ما يسمى «مؤشر تمكين المرأة» والذي يتكون من أربعة مؤشرات هي:

- نسبة تمثيل المرأة في البرلمان.
- نسبة المرأة في الوظائف القيادية.
- نسبة المرأة في المهن المتخصصة.
- نسبة دخل المرأة قياسًا بدخل الرجل.

باستقراء البيانات التي أوردتها الدراسات المتخصصة في هذا المجال يلاحظ أن نسبة تمثيل المرأة في برلمانات العالم ضعيف بشكل عام ولا يتعدى ١٥٪، وفقًا لدراسة أجراها الاتحاد البرلماني العالمي عام ٢٠٠٢، الأمر الذي دعا الاتحاد إلى تقديم اقتراح في اجتماعه في جنيف في ديسمبر ٢٠٠٢ بفرض حصص على البرلمانات من النساء والرجال لضمان تمثيل عادل لكل منهما. كما لا تزال نسبة تمثيل المرأة في البرلمانات الأوروبية ضعيفة، باستثناء الوضع في السويد الذي تحتل فيه المرأة نسبة من مقاعد البرلمان تصل إلى ٤٤٪.

كما لا تزال المرأة في أوروبا تحصل على أجر يمثل ٢٥٪ من الأجر الذي يحصل عليه الرجل.

وبالنظر إلى وضع المرأة العربية ومشاركتها السياسية نجد أنها لا تتمتع بالحق في التصويت أو الانتخاب في ستة بلدان عربية (المملكة العربية السعودية، والبحرين، والإمارات العربية المتحدة، وعمان، وقطر وموريتانيا) من واقع ٢٠ بلدًا عربيًا. وقد كانت الكويت ضمن هذه الدول إلى أن حصلت المرأة الكويتية مؤخرًا (في مايو ٢٠٠٥) على حقها في التصويت والترشيح.

وفي البلدان الـ ١٣ الباقية لا تزال الممارسة العملية لهذا الحق محدودة، كما أن هناك ٤ دول من الدول التي تتمتع فيها المرأة بالحق في التصويت (جيبوتي، والأردن، ولبنان، والمغرب) لم يحدث فيها أن انتخبت امرأة في البرلمان، وتوجد ٦

دول فقط (الجزائر، ومصر، والعراق، وسوريا، وتونس واليمن) تحتل فيها المرأة مقاعد في البرلمان وذلك بنسبه منخفضة جدًا سواء من حيث عددهن المطلق أو نسبةً إلى الرجال.

وقد دعا ذلك إلى بحث أساليب لتمكين المرأة سياسيًا اتبعتها بعض الدول العربية والتي تمثلت في الأخذ بنظام الحصص، كما حدث في المغرب والأردن والذي بمقتضاه بلغت نسبة تمثيل المرأة في البرلمان (١٠٪) في الأولى و(٦٪) في الثانية.

وبشكل عام تسجل البلدان العربية أقل نسبة من هذه المشاركة، حيث تبلغ (٣,٧٪)، وتحتل العراق المركز الأول من حيث نسبة تمثيل المرأة في الحياة السياسية والبرلمانية وذلك بنسبة ٣١٪، تليها تونس بنسبة تصل إلى ٢٢,٨٪.

بينما تصل النسبة إلى (٥,٦٪) في منطقة المحيط الهادئ، و(٩,٢٪) في أفريقيا التي تسجل فيها رواندا أعلى نسبة لمشاركة المرأة السياسية والتي تصل إلى ٤٨٪، وتليها موزمبيق بنسبة تصل إلى ٣٥٪، بينما تمثل نسبة تمثيل المرأة (١٢٪) في أمريكا، و(١٢,٥٪) في أوروبا، و(١٢,٦٪) في آسيا.

وترتبط بهذا حدود تقلد المرأة العربية للوظائف العليا المؤثرة في عملية اتخاذ القرار رغم ما سجلته السنوات الأخيرة من تطور في هذا المجال لا سيما في مجال القرارات السياسية والاقتصادية.

أما في ما يتعلق بتقلد المرأة العربية الوظائف الدولية، فتشير الدراسات إلى أن النسبة التي تحتلها المرأة العربية في هذا المجال بلغت في نهاية التسعينيات ١٦٪ من مجموع الوظائف الدولية في منظمات الأمم المتحدة. وتسجل عمان والمملكة العربية السعودية والإمارات العربية المتحدة أعلى نسبة.

ثانيًا- المرأة والحياة الاقتصادية:

تشير جميع الإحصاءات إلى التقدم الكبير الذي أحرزته المرأة -خلال العقدين الماضيين- في سوق العمل وزيادة مشاركتها الإيجابية فيه. ففي جميع بلدان المنطقة العربية ازداد عدد النساء الناشطات اقتصاديًا منذ عام ١٩٧٠، حيث كان معدل

دمج المرأة في الأنشطة الاقتصادية قبل هذا العام لا يتعدى ٢٠٪، إذ تضاعف عددهن ثلاث مرات في المغرب العربي وأربع مرات في منطقة الشرق الأدنى، بينما لا يتجاوز معدل نشاط المرأة في الميدان الاقتصادي في مصر ١٠٪.

ومع التسليم بهذا التقدم في مجال النشاط الاقتصادي للمرأة -سواء من حيث حجم أو نوعية المشاركة- إلا أن الوضع لا يزال يعبر عن تفاوت كبير بين الرجل والمرأة في هذا الميدان، بفارق يصل إلى ٦١ نقطة في بلدان المغرب العربي وأفريقيا، و٥٧ نقطة في شمال الشرق الأوسط، و٧٨ نقطة في جنوب الشرق الأوسط.

ثالثاً- المرأة والحياة الاجتماعية:

شهد الإطار الاجتماعي الذي تعيش فيه المرأة العربية تقدماً ملموساً، سواء في ما يتعلق بالأوضاع المعيشية أو الرعاية الصحية والتعليمية، إلا أن هذا الواقع لا يزال يشهد أوجه تفاوت ملحوظة منها ارتفاع معدلات الخصوبة التي تنطوي على تقارب بين الولادات مما يشكل خطراً على صحة الأم، حيث يزيد معدل وفيات الأمهات في البلدان النامية ١٢ مرة عنه في الدول الصناعية، فضلاً عن ضعف خدمات الأمومة والرعاية السابقة للولادة ومتابعة حالات الحمل التي تشكل خطراً على صحة الأم.

وعلى صعيد التعليم أدت الجهود المبذولة في مجال التعليم الابتدائي -بصفه خاصة- إلى تحسن معدلات الإلمام بالقراءة والكتابة، حيث كانت نسبة الأمية في النساء ٧٥٪ عام ١٩٨٠، ولكن على الرغم من ذلك فإن نسبة الأمية لدى الإناث أعلى بكثير من الذكور، ولا تزال الفروق بين البنين والبنات في الالتحاق بالتعليم -لا سيما الثانوي والعالي- كبيرة يقدرها بعض الدراسات على مستوى الوطن العربي بنحو ٧٠٪.

وفي ما يتعلق بالقوانين الخاصة بالعمالة وتشغيل النساء، يلاحظ أن القليل من الدول العربية تملك تشريعات لتنظيم العمالة النسائية وحمايتها وهي (مصر والأردن وتونس)، ورغم ذلك فإن مستوى أجر الإناث أقل بكثير من الذكور في كثير من القطاعات الاقتصادية. كما يلاحظ أن مجالات التدريب المهني لا تزال محدودة

إلى درجة كبيرة بالنسبة إلى المرأة العربية بما لا يتماشى مع زياده الملحوظة في حجم العمالة النسائية.

واقع المرأة في المجتمع المصري:

على الرغم من مراحل النضال التي خاضتها المرأة المصرية من أجل الحصول على حقوقها، فإنها لم تحصل على حق التصويت والترشيح في الانتخابات إلا عام ١٩٥٦، وكان ذلك يعد أول تغيير دستوري من نوعه يحدث في العالم العربي. وفي عام ١٩٧٢ أقر الدستور المصري أن الدولة مسؤولة عن إتاحة الفرصة للمرأة للمشاركة في تولي الوظائف المدفوعة الأجر، ورغم هذا التاريخ الطويل للمرأة في السعي نحو الحصول على حقوقها فإن الوضع الحالي في المجتمع المصري لا يوحي بأنها نجحت في هذا السعي بالقدر الذي يتناسب مع أهميتها في المجتمع، حيث إنها تشكل نسبة ٨٪ فقط من قوة العمل، وتشغل ١٪ فقط في المناصب التنفيذية المهمة في الحكومة نظرًا لتراجع النشاط الاستثماري للدولة والذي كان يتم في القطاع العام القديم.

أما في القطاع الخاص، فعلى الرغم من أن هذا القطاع يضم ٥٦,٥٪ من مجمل عددعاملات في مصر، فإن خطوره تكمن في أن ٦٢٪ من هذه النسبة تعمل في القطاع الخاص غير الرسمي، أي خارج الإطار القانوني أو المؤسسي الذي تعمل فيه فقط ١,٦٪ من النساء، وفقًا لتقديرات تقرير البنك الدولي عن «تقييم النوع الاجتماعي في مصر» وكذلك في القطاع الخاص، كما يوجد عدد قليل من النساء في التشكيل الحكومي.

كما يعد تمثيل المرأة المصرية في الحياة السياسية محدودًا، فمن واقع بيانات تقرير الحكومة المصرية المقدم إلى الاجتماع العربي الثاني لمتابعة مؤتمر بكين والمنعقد في بيروت في الفترة من ١٢-١٥ ديسمبر ١٩٩٨، يلاحظ انخفاض نسبة تمثيل المرأة في البرلمان من ٩٪ عام ١٩٧٩، إلى ٢,٢٪ فقط عام ١٩٩٢، على أثر صدور القرار رقم ٢٩٣ في شأن مجلس الشعب بإلغاء الحصة المخصصة للمرأة

والذي ترتب عليه تراجع تدريجي في نسبة تمثيل المرأة في المجلس إلى أن بلغ ٢,٥%. وفي المجالس المحلية كان المتوسط العام لمشاركة المرأة عام ١٩٨٣ (٩,٢%) وانخفض عام ١٩٩٧ إلى (١,٢%)، وفي الوظائف الإدارية العليا لا تزال نسبة تمثيل المرأة محدودة ولا تتجاوز ١٥,٣% طبقاً لإحصاء عام ١٩٩٦.

وفي مجال العمل النقابي، كانت مشاركة النقابيات في الدورة الأخيرة (١٩٩٦-٢٠٠١) ٤% فقط، وحصلت امرأة واحدة فقط على أحد مقاعد المجلس التنفيذي للاتحاد العام لعمال مصر من بين ٢٣ عضوًا.

أما بالنسبة إلى الوضع التعليمي فيرصد تقرير التنمية البشرية عن مصر لعام ١٩٩٨/١٩٩٧، أن نسبة الأمية بين الإناث في الريف المصري تبلغ ٧١% مقابل ٥٦,٣% للذكور، وفي الوجه القبلي ترتفع النسبة إلى ٨٠% للإناث، كما أن المناهج التعليمية -رغم تطورها من أجل تعديل صورة المرأة- ما زالت تركز المفهوم النمطي لدور المرأة والرجل في جميع مستويات التعليم.

ولكن هذه الأوضاع السابقة لا تنفي وجود تطورات تشهدها قضايا المرأة في مصر تتضح بعض معالمها في بعض الإجراءات التي اتخذت على المستوى الرسمي والعمل الأهلي وجهود المجتمع المدني.

في هذا المجال جاء إنشاء منظمة المرأة العربية التي بدأت أعمالها في القاهرة في ١٦ مارس ٢٠٠٣ والتي وقّعت عليها ١٥ دولة عربية تعبيراً عن الاهتمام والوعي بأهمية العمل المشترك من أجل تفعيل الجهود المبذولة لتأكيد حقوق المرأة، يرتبط بذلك أيضًا العمل حاليًا على أن تتوافق قوانين العمل المصرية الخاصة بعمالة المرأة مع الاتفاقات والتشريعات الدولية التي أقرتها منظمة العمل الدولية لضمان حماية حقوق المرأة، وقد بدأ بالفعل تطبيق تشريعات العمل المتعلقة بحماية المرأة والطفل عند التفتيش على المنشآت التي يعمل بها أطفال ونساء لضمان توفير الحماية والرعاية لهما.

وعلى مستوى العمل على تغيير بعض العادات الاجتماعية السلبية تبني المجلس القومي للأمومة والطفولة مشروعًا يمنع ختان الإناث بدأ تطبيقه في إحدى قرى الصعيد باتفاق مع الأهالي، على أن يُعمّم هذا المشروع على مستوى ٦٠ قرية داخل ٦ محافظات مصرية.

ويمكن القول إن هناك مجموعة من الإنجازات التي تحققت لدعم قضايا وحقوق المرأة تمثلت في الإنجازات القانونية والدولية، ومن أهم ملامحها:

- إنشاء مجموعة من المؤسسات الوطنية لتدعيم حقوق المرأة والطفل والأسرة مثل المجلس القومي للمرأة (عام ٢٠٠٠) والمجلس القومي للأمومة والطفولة والمجلس القومي لحقوق الإنسان.
- تأسيس منظمات دولية مثل منظمة المرأة العربية، وحركة سوزان مبارك للمرأة من أجل السلام.
- التصديق على أغلب الاتفاقيات والمواثيق الدولية الخاصة بحماية المرأة والطفل.
- إصدار قانون ٧٨ لعام ٢٠٠٠ والخاص بالضمان الاجتماعي الذي يضمن حدًا أدنى من الدخل لمن لا عائل لها.
- دمج مكون المرأة في الخطط الخمسية للدولة.
- تعيين أول قاضية مصرية.
- صدور مجموعة من الإصلاحات التشريعية، مثل قانون تنظيم إجراءات التقاضي في مسائل الأحوال الشخصية، وإصدار قانون إنشاء محاكم الأسرة (قانون رقم ١٠ لسنة ٢٠٠٤)، وتعديل بعض أحكام قانون الجنسية لمنح المرأة المصرية حق إعطاء الجنسية للأبناء.
- النهوض بالوضع الاقتصادي للمرأة عن طريق إتاحة فرص للتدريب والمشاريع الصغيرة، ومساعدة المرأة المعيلة من خلال دعم الجمعيات الأهلية وزيادة برامج الإقراض الشعبي.

— النهوض بالوضع الاجتماعي للمرأة بالتصدي لقضية الأمية من خلال تفعيل تطبيق الوزارات والمصالح والهيئات للمادة الأولى من قانون ٨ لسنة ١٩٩٢ بشأن محو الأمية والأخذ باعتبارات النوع في هذا التطبيق.

الإعلام وملامح الصورة الذهنية للمرأة:

أبرزت الاستراتيجيات الخاصة بالنهوض بالمرأة -التي وضحت ملامحها منذ انعقاد مؤتمر المرأة الدولي الرابع في بكين ١٩٩٥- الاهتمام بقضية تحقيق المساواة بين الرجل والمرأة. انطلاقاً من كون هذه المساواة مسألة تتعلق بحقوق الإنسان، كما أنها شرط من شروط العدالة الاجتماعية، كما تؤكد هذه الاستراتيجيات الدور الفاعل المؤثر لوسائل الإعلام في التأثير على سلوك الأفراد وتصوراتهم وفي تغيير المفاهيم والعادات والأفكار. كما يشير منهاج عمل بكين بشكل صريح إلى دور الإعلام في تغيير الصورة السلبية عن المرأة، وكان من نتيجة هذا الاهتمام الدولي بروز محاولات جادة لوضع استراتيجيات وبرامج للترويج لرسم صورة متوازنة عن المرأة في وسائل الإعلام، وقامت في هذا الصدد مجموعة من الدراسات العلمية التي تهدف إلى التعرف على التغيرات الحادثة في هذا الشأن سواء في تغيير صورة المرأة، أو في اتجاه رسم صورة متوازنة تعبر عن جهود مبذولة لإلغاء الأشكال المختلفة للأدوار النمطية التي يقوم بها كل جنس من الجنسين والتي تحاول وسائل الإعلام الترويج لها وتأكيداً بصورة منتظمة.

ولتقويم الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في تشكيل صورة المرأة لا بد أن يؤخذ في الاعتبار الدور الذي تقوم به هذه الوسائل في تشكيل النسق القيمي والثقافي السائد في المجتمع كما أنها تتأثر بهذا النسق ومفرداته.

كما يجب الوعي والإشارة إلى أن هذه الصورة لا تتكون في إطار مطلق، وبالتالي فإن وسائل الإعلام غير معنية بتقديم صورة «موضوعية» أو «محايدة» عن أي ظاهرة أو حدث أو قضية أو فئة محددة، الأمر الذي يؤكد أن الصورة التي تكونها الوسيلة الإعلامية تحمل «حكماً قيمياً» وتعكس «خياراً»، كما تعكس

أطرًا مرجعية (سياسية واقتصادية واجتماعية ودينية...) وميراثًا ثقافيًا وبعدها أيديولوجيًا، وبالتالي فالصورة التي تكوّنوها الوسيلة الإعلامية ليست تجسيدًا محايدًا أو موضوعيًا للواقع بل هو تجسيد مشروط بهوية الوسيلة وغايتها تحقيق أهدافها الأيديولوجية.

وتبقى الإشارة إلى أن تناول الصورة التي تقدمها وسائل الإعلام يأتي الاهتمام به من منطلق قدرة هذه الوسائل على تشكيل ملامح للأدوار الاجتماعية والثقافية والحضارية عن الفئات المختلفة في المجتمع، في إطار التفسير النظري لتأثير هذه الوسائل وقدرتها على تشكيل اتجاهات الرأي العام وترتيب الأولويات ووضع الأجندة الخاصة باهتمامات الجمهور تجاه أفكار أو قضايا أو فئات ووظائف وأدوار اجتماعية مختلفة داخل المجتمع.

صورة المرأة والقضايا الخاصة بها في الصحافة المصرية:

تتعدد الدراسات التي تتناول قضايا المرأة والمعالجة الإعلامية لهذه القضايا والتي تعكس الصورة الذهنية للمرأة المصرية كما تشكلها المعالجة الصحفية. وعلى الرغم من اختلاف هذه الدراسات فإنها اتفقت على بعض الملاحظات منها:

- تركيز هذه المعالجة على قضايا لا تمثل أولوية للمرأة المصرية في كثير من الأحيان.
- إغفال خصوصية قضايا المرأة المصرية في ضوء الأوضاع الفكرية والسياسية والاقتصادية السائدة التي تجعل قضية مثل المشاركة السياسية للمرأة قضية مهمة ولكنها لا تسبق قضايا أخرى في الأهمية مثل قضية الفقر والأمية والبطالة والتي تكون أشد وطأة على المرأة في ظل الأوضاع الاجتماعية السائدة والتي تكشف عن ارتفاع نسبة المرأة المعيلة في بعض المجتمعات الريفية والبدوية.
- ربط قضايا المرأة ببعض التوجهات السياسية والثقافية والعقائدية مما يؤدي إلى استخدام هذه القضايا مجالاً للصراع السياسي والفكري بين التيارات المختلفة.

- فالنموذج الذي يُطرح هنا هو تناول الصحافة المصرية لمؤتمر السكان ١٩٩٤، ومؤتمر بكين ١٩٩٥. فقد عبرت كل صحيفة عن توجه خاص لا يعبر عن اهتمام حقيقي بقضايا المرأة المطروحة في المؤتمرات بقدر تعبيرها عن توجه سياسي خاص يعبر عن سياسة الجريدة ومصالحها وتوجهاتها الفكرية. فبينما عبرت صحيفة «الأهرام» عن وجهة النظر الرسمية، ربطت جريدة «الأهالي» قضايا المرأة ببعث التنمية وعلاقته بالسكان وتأثير الفقر والتفاوت بين الشمال والجنوب على التنمية. أما جريدة «الوفد» فقد استغلت الصراع الذي نشب حول وثيقة مؤتمر السكان وانعقاده بالقاهرة كأداة للصراع السياسي والحزبي، بينما قادت جريدة «الشعب» في هذا الوقت هجوماً عنيفاً ضد المؤتمرات من منظور ديني عقائدي.
- ساهمت الصحافة في طرح صورة سلبية للمرأة المصرية العاملة باعتبارها غير قادرة على العمل وتشكل عبئاً على علاقاته وإنجازه من واقع عجز المرأة عن الموازنة بين متطلبات الخروج إلى العمل وبين احتياجات الأسرة.
- الربط بين الدعوة لتحرير وإصلاح أوضاع المرأة وحركة حقوق الإنسان وبين النزعة إلى التغريب واعتبار ذلك من القيم المستوردة والتي تهدد الهوية الوطنية.
- المبالغة في بعض الأحيان في التعبير عن جنوح المرأة وربط ذلك بالصورة الكاريكاتورية والصياغات اللغوية بمفردات تكشف عن مبالغة في التعبير عن هذا الجنوح.
- التركيز في بعض الصحف والمجلات على استغلال الصورة الأنثوية للمرأة كأداة للإثارة والترويج لضمان زيادة التوزيع.
- عدم تنوع القوالب الإعلامية التي تستخدمها وسائل الإعلام للتعبير عن قضايا المرأة، حيث يلاحظ الاكتفاء بالسرد من خلال التغطية الخبرية المجردة التي تخلو من المعالجة الخبرية والتحقيقات الميدانية وكذلك زيادة الاعتماد على المواد المترجمة من الصحف والمجلات الأجنبية.

— غلبة الطابع المحايد عند طرح بعض القضايا الخلافية الخاصة بالمرأة أو الاكتفاء بعرض وجهة نظر واحدة.

— التركيز على شرائح سنية من النساء وهي غالبًا المرأة في سن الشباب، وكذلك التركيز على قضايا المرأة في البيئة الحضرية، مع إغفال قضاياها في بيئات أخرى. (تحتل هذه النسبة كما أشارت الدراسات ٧٠٪ في مجلة «حواء» على سبيل المثال).

ويتضح بذلك وجود قدر كبير من عدم التناسب بين ملامح هذه الصورة للمرأة وبين الصورة الحقيقية والفعلية للمرأة المصرية.

— انعكست الأوضاع السابقة على الأشكال الصحفية التي تقدمها صحافة المرأة ومنها القصص القصيرة التي تنشرها هذه المجلات. ففي دراسة قام بها المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية حول صورة المرأة في مجلة «حواء» على امتداد ٨٥ قصة قدمتها المجلة والأدوار الاجتماعية التي شغلتها في هذه القصص تبين أن أبعاد سلوك المرأة كما قدمتها كتابات مؤلفي هذه القصص قد ركزت اهتمامات المرأة في حياتها الأسرية والعاطفية وأن خروجها للعمل قد نتج في المقام الأول عن احتياج اقتصادي أو فشل في الحياة الأسرية وليس عن إحساس بأهمية العمل أو ضرورته.

صورة المرأة في الإعلام المرئي والمسموع:

إذا كان التناول الإعلامي لقضايا المرأة يحدد إلى أي مدى يسهم الإعلام في التعبير الجاد والمتوازن عن وضع المرأة وحيوية دورها في المجتمع، وهو ما يتضح من الكيفية التي تتم بها تغطية الإعلام لهذه القضايا، فإن الإعلام المسموع والمرئي بشكل خاص له دور مؤثر لا سيما الدراما التليفزيونية، نظرًا إلى كونها مصدرًا مهمًا في نقل الصور عن الأشخاص والمجتمعات وكذلك في تكوين الصور في الأذهان بسبب انتشارها الواسع وتأثيرها التراكمي وقدرتها على محاكاة الواقع.

ومن هذا المنطلق تتناول الورقة الملامح والسمات العامة لصورة وقضايا المرأة كما تعكسها وسائل الإعلام المسموع والمرئي من خلال ثلاثة محاور:

١- ملامح هذه الصورة كما تعكسها برامج الراديو والتلفزيون.

٢- ملامح هذه الصورة في الإعلانات التلفزيونية.

٣- مكونات هذه الصورة وجوانبها الإيجابية والسلبية في الدراما التلفزيونية.

أولاً- صورة المرأة في برامج الإذاعة والتلفزيون:

اهتمت وسائل الإعلام المرئي والمسموع بالمرأة وقضاياها المختلفة، كما خصصت لها برامج في الراديو والتلفزيون وتنوعت المضامين الإعلامية التي تخاطب المرأة وكذلك تعددت الأشكال والقوالب الفنية التي تعالج هذه القضايا، مما يعكس اهتمامًا بمناقشة كل ما يخص المرأة ومشكلاتها في المجتمع. وباستعراض مجمل هذه البرامج ومن خلال ما خلص إليه العديد من الدراسات التي استهدفت قياس مدى نجاح هذه البرامج في مخاطبة المرأة وتلبية احتياجاتها والتعبير الصادق والمتوازن عن واقعها ودورها الحقيقي في المجتمع يمكن تحديد الملاحظات التالية:

١. عبّر أغلب المضامين الإعلامية الموجهة إلى المرأة في هذه البرامج عن الأدوار التقليدية للمرأة كزوجة وأم وربة بيت، حيث أشارت الدراسات إلى أن ٨٠٪ من موضوعات برامج المرأة في التلفزيون تتناول أمور الأسرة والمنزل والموضة والديكور.

٢. تراجع اهتمام برامج المرأة في الراديو والتلفزيون بالأدوار الأخرى للمرأة في مواقع الإنتاج والمشاركة الاجتماعية والثقافية والسياسية والأعمال الإبداعية.

٣. تشير اتجاهات البرامج إلى الاهتمام بالشرائح العليا من النساء من الطبقة الوسطى من سكان المدن مع تجاهل أو تهميش المجتمعات الفئات الأخرى من نساء الريف والبادي والقطاعات الشعبية من سكان المدن، فنصيب المرأة الريفية من اهتمام البرامج الإذاعية والتلفزيونية لا يتعدى

٤٥% من مجموع المواد المقدمة. كما اتسمت المعالجة الخاصة بهذا القطاع من المرأة المصرية في هذه البرامج بالبعد عن الواقع والتركيز على أطر فطرية لتناول هذه الشرائح.

٤. التوجه الأحادي في البرامج لفئات عمرية شابة بنسبة ٥٤% مع تجاهل الفئات العمرية الأخرى لا سيما المتقدمة في العمر.

٥. التوجه في خطاب المرأة إلى استثارة الجانب العاطفي والوجداني مما يدعم من الصورة النمطية عن المرأة التي تفتقر إلى القدرة على التفكير العقلاني في مقابل تأكيد الجانب العاطفي مما يجعلها في حاجة دائمة إلى العون والمساندة.

٦. غلبة القوالب الوصفية في البرامج الخاصة بالمرأة وتجنب إثارة القضايا الخلافية والاستعانة بمجموعات من المفكرين والمشرعين الرسميين لتعميق الرؤى التقليدية في التعامل مع القضايا التي تخص المرأة.

٧. الافتقار إلى البرامج الميدانية التي تنتقل للمرأة في مواقعها المختلفة وبيئاتها المتعددة لرصد الواقع الذي تعيشه ونقل آرائها وطموحاتها والإطار الثقافي والاجتماعي والبيئي الذي تتأثر به ويشكل ثقافتها ورؤيتها تجاه المجتمع ويحدد أدوارها الاجتماعية والوظيفية.

٨. تهمل برامج المرأة تناول ومناقشة بعض القضايا المهمة مثل المشاركة السياسية والعمل النقابي الا باستثناءات محدودة، كما أنها تبدي اهتماماً محدوداً بقضية محو الأمية لدى النساء رغم ارتفاع معدلاتها بصورة ملحوظة خصوصاً في الريف والبادي، كما تتناول هذه البرامج في أضيق الحدود بعض القضايا النسائية الخلافية مثل قوانين الأحوال الشخصية والأسباب الاجتماعية للجرائم النسائية واشتغال المرأة ببعض المهن كقاضية أو نقيبة لإحدى النقابات المهنية أو العمالية.

ثانيًا- صورة المرأة في الإعلانات التليفزيونية:

تعكس صورة المرأة كما تقدمها الإعلانات التليفزيونية ميلًا واضحًا إلى تعميق الصورة النمطية عن الوظائف التقليدية للمرأة وتحجيم الأدوار التي تقوم بها داخل المجتمع. كما تعكس أيضًا الملامح نفسها التي عكستها البرامج في المحور السابق.

فتشير الدراسات التي أجريت حول صورة المرأة في الإعلانات التليفزيونية إلى أن النسبة الغالبة من الإعلانات كانت موجهة إلى المرأة في المدى نة مما يعني أن الخطاب الإعلاني يستهدف المرأة في المدى نة مع عدم الاهتمام بالقدر الكافي بالمرأة في الريف والصعيد، وهو ما تؤكد أيضًا في المضمون البرامجي. كما أن المرأة في الإعلان تظهر في أدوارها التقليدية كزوجة وأم -حيث كانت الوظيفة الرئيسية لها هي وظيفة ربة المنزل- أو كموديل لامرأة جميلة تعتمد على جمالها، بينما تقل نسبة ظهورها كامرأة عاملة.

أما عن شخصية المرأة كما تصورها الإعلانات التليفزيونية فتبدو شخصية عاطفية تمثل الأسرة محور اهتمامها، بينما لم تظهرها الإعلانات تقوم بأنشطة رياضية أو ترفيهية أو أنشطة تتعلق بالعمل إلا في أضيق الحدود.

ثالثًا- الدراما التليفزيونية وتكوين الصورة الذهنية عن المرأة:

يعرّف هولستي الصورة الذهنية بأنها مجموعة من المعارف والأفكار والمعتقدات التي يكونها الفرد في الماضي والحاضر والمستقبل ويحتفظ بها وفق نظام معين عن ذاته والعالم الذي يعيش فيه، ويقوم الفرد بترتيب هذه المعرفة والمعتقدات ويحتفظ بأهم خصائصها وأبرز معالمها لاستحضارها عند الحاجة، كما تتدخل في تكوين هذه الصورة الخبرات السابقة المباشرة وغير المباشرة التي يتعرض لها الفرد. ويتفق معظم الباحثين على أن الصورة الذهنية عملية ديناميكية يتأثر بناؤها بمجموعة من العوامل، تعد وسائل الإعلام أحدها وذلك لما لها من قدرة متميزة على التأثير في عمليات التنشئة الاجتماعية والثقافية، ومع تكرار ما تقدمه وسائل الإعلام في أطر محددة، تتكون الصور الذهنية عن الأفراد والأحداث، أو تسير الصور المكونة في اتجاه التدعيم أو التغيير.

ويشير الباحثون إلى وجود ثلاثة مكونات للصورة الذهنية، وتشمل: المكون المعرفي، والمكون الوجداني، والمكون الإجرائي، ويتمثل في استجابة الفرد للموضوع المطروح، وهو بمثابة ترجمة فعلية لرغبة الفرد.

ويعتد المضمون الدرامي من الأشكال المؤثرة التي تساهم في بناء الصور الذهنية عن الواقع، كما تساهم في إدراك الفرد لهذا الواقع من خلال التوحد بين الجمهور والشخصيات والأحداث المقدمة من خلال هذا المضمون الدرامي. ومن واقع الدراسات التي اهتمت برصد ملامح الصورة الذهنية التي تعكسها وسائل الإعلام عن المرأة يمكن رصد المؤشرات التالية:

١. معظم الصور المقدمة عن المرأة في الدراما التليفزيونية قد أظهرتها في أدوار تقليدية سواء في إطار الأسرة، حيث تمثل السلبية والخضوع للزوج والاعتماد الكلي عليه كصانع للقرار بحكم كونه المسؤول عن الجوانب المادية، أما خارج إطار الأسرة فمعظم الأدوار المقدمة أظهرت المرأة كأن العمل بالنسبة إليها مسألة ثانوية تأتي بعد اهتمامها بالمظهر والتجميل والموضة، وفي العمل غالبًا ما تظهر مريضة غير قادرة على منافسة الرجل، تُضي وقتها في الثرثرة ومناقشة مشكلاتها العائلية، فضلًا عن المهن التقليدية التي غالبًا ما تظهر فيها المرأة كالسكرتارية والتمريض وفي الحالات التي تُظهر فيها الدراما المرأة ناجحة في عملها، فإنها تكون غير سعيدة في حياتها العائلية مما يعكس أن التحسن المجتمعي لوضع المرأة لم يقابله تحسن في صورتها المقدمة دراميًا.

٢. يصور بعض الأعمال الدرامية المرأة بعد الزواج وقد فقدت جاذبيتها، أما قبل الزواج فهي قريبة من عارضات الأزياء شكلاً، أما مضموناً فهي لا تسعى إلى أي مكانة مرموقة في العمل وإذا حاولت فهي تفشل. وفي معظم المسلسلات تستخدم النساء جاذبيتهن كوسيلة لتحقيق الأهداف واكتساب القوة مما يوضح أن الدراما ما زالت تسير الاتجاهات الثقافية السائدة في

المجتمع بوضع المرأة في أوضاع منزلية ولا تظهرها حريصة على البحث عن عمل، وإن حدث فهي تُظهرها فاشلة في ذلك، وهي غالبًا ما تظهر جميلة أو ذكية ويصعب أن تجمع بين الصفتين.

٣. من مقارنة النتائج التي خلص إليها معظم الدراسات التي اهتمت برصد صورة المرأة كما تقدمها الدراما التلفزيونية يتضح أن ظهور المرأة الحضرية مقارنةً بالمرأة الريفية أو البدوية قد احتل النسبة الأعلى مما يعكس اهتمام الدراما بعرض واقع وقضايا المرأة في البيئة الحضرية أكثر من اهتمامها بعرض الواقع الاجتماعي الذي تعيشه المرأة في البيئات الأخرى.

٤. تعكس الدراما اهتمامًا متفاوتًا بقضية تعليم المرأة وحرصها على تقديم المرأة المتعلمة، حيث يرتبط ظهور المرأة المتعلمة بالبيئة الحضرية، بينما تشير الدراسات إلى أن الصورة تختلف تمامًا مع المرأة الريفية، حيث يتضح أن معظم الشخصيات المقدمة (بنسبة ١٠٠٪) في دراسة أجريت على المسلسلات التي قُدمت في شهر رمضان عام ٢٠٠٠ ظهرت المرأة الريفية غير متعلمة، وتكاد تنطبق نفس النتيجة على واقع المرأة المصرية تاريخيًا، حيث بلغت نسبة ظهور المرأة غير المتعلمة في الدراما التاريخية ٨٥٪. وتشير هذه البيانات إلى أن تصوير المرأة لا سيما المرأة الريفية بهذا الشكل فيه قدر من تجاوز للواقع الاجتماعي للمرأة الريفية الذي شهد تطورًا من الناحية التعليمية وتغيرًا في فكر وثقافة الآباء نحو تعليم الذكور والإناث في الريف.

٥. رصدت الدراسات أيضًا اهتمام الدراما التلفزيونية بشريحة معينة للمرأة وهي في الفئة العمرية (٢٠ - ٣٠ عامًا) بينما جاءت الفئات العمرية الأخرى في مرتبة أقل مع ندرة تمثيل المرأة التي تخطت ٦٠ عامًا (سواء في الريف أو الحضر)، كما يلاحظ تفوق نسبة غير العاملات لا سيما عند تقديم المرأة الريفية. إذ إن التطور الإيجابي الذي تعكسه الدراما التلفزيونية

على مستوى تمثيل الواقع المهني للمرأة قد انعكس في الدراما التي اهتمت بتناول الواقع الاجتماعي للمرأة الحضرية كما ارتبط ذلك بالتناول الإيجابي للأداء المهني للمرأة الحضرية.

٦. تتفاوت صورة شخصية المرأة في علاقتها بالرجل -كما تعكسها الدراما التليفزيونية- وإن ارتبطت الصورة الإيجابية والنّدية في علاقة المرأة بالرجل على مستوى الحضر، حيث أشارت الدراسات إلى أن ظهور المرأة في صورة المشاركة بالرأي مع الرجل في اتخاذ القرارات قد احتلت المرتبة الأولى (٣٨٪) في مقابل (٢١٪) لظهور المرأة كشخصية خاضعة، بينما أقل نسبة تمثيل كانت لشخصية المرأة القوية القادرة على مواجهة الظروف والصعوبات الحياتية، بينما ترتبط شخصية المرأة الضعيفة والخاضعة للرجل -كما تصورها الدراما- بالمرأة الريفية.

في ضوء الملامح العامة للصورة التي تُقدم بها المرأة المصرية في وسائل الإعلام المرئي والمسموع، يلاحظ أن الفجوة لا تزال قائمة بين الإطار النظري الذي يتم من خلاله الاهتمام بقضايا المرأة والذي سجل خطوات إيجابية على مستوى الواقع الاجتماعي وبين الصورة التي تقدّم عن المرأة في وسائل الإعلام والتي لا تزال حبيسة بعض الموروثات الثقافية والأفكار التقليدية والصور النمطية مما يعكس أنه حتى الآن وعلى الرغم من تطور الأدوات الاتصالية وقنوات المعلومات فإن أدوات الاتصال الإعلامي لا تزال تحتاج إلى تطوير حتى تستطيع التعبير بصدق عن حركة المجتمع، وأن هذه الصورة النمطية التي تقدمها وسائل الإعلام عن المرأة هي انعكاس لمؤشرات الوضع الاجتماعي الأخرى للمرأة داخل المجتمع، مثل تفضيل الذكور على الإناث، وحرمان المرأة -في الغالب- من حقها في اختيار الزوج، وحق الرجل في طلاق زوجته، وفي تعدد الزوجات، وتقييد حق المرأة في بعض البيئات في التعليم وممارسة الحياة السياسية، فضلاً عن غياب الحماية القانونية والتشريعية التي تمنح للرجل تمييزاً واضحاً عن المرأة. وهذه المؤشرات تؤثر على وعي المرأة بذاتها ونظرتها إلى العالم المحيط بها.

وهذه الأوضاع تطرح أمامنا مجموعة من الرؤى والتصورات التي تسهم في معالجة هذا الخلل مع التسليم بأن تطوير هذه الصورة وتصحيحها إنما يرتبط بتطوير النسق الثقافي والقيمي للمجتمع ككل بما يتلاءم مع أهمية الأدوار الاجتماعية التي تلعبها كل شريحة من شرائح المجتمع. ومن هذه التصورات والحلول المقترحة لتصحيح الصورة التي تعكسها وسائل الإعلام عن المرأة المصرية:

١. ضرورة قيام وسائل الإعلام بإجراء استطلاعات دورية منظمة للتعرف على اتجاهات الجمهور واحتياجاته، وفي إطار ذلك تتحدد مسؤولية القائمين على الإعلام بإيلاء اهتمام خاص للتعرف على خريطة الجماهير النسائية وتحديد سماتها الواقعية ومشكلاتها الفعلية واحتياجاتها الحقيقية ومتابعة التطورات الإيجابية والسلبية التي تطرأ على هذه الخريطة بفعل الأحداث والمتغيرات الاجتماعية، والاستعانة بنتائج هذه الاستطلاعات في رسم وتحديد التوجهات العامة للسياسة الإعلامية في مجال الإعلام النسائي.
٢. تضيق الفجوة بين الممارسين في مجال إعلام المرأة والأكاديميين في مجال العلوم الاجتماعية وبالتحديد علوم الإعلام والاتصال للتواصل بينهما لتبادل الخبرات المعرفية والمهنية للنهوض بالإعلام النسائي بما يكفل لوسائل الإعلام القيام بدورها للنهوض بقضايا المرأة.
٣. الاهتمام بتسجيل الجوانب الإيجابية التي شهدتها واقع المرأة سواء في الريف أو الحضر والتعبير عن هذه الجوانب في الأعمال الدرامية مما يسهم في تصحيح الصورة السلبية التي تروج عن المرأة من خلال بعض هذه الأعمال.
٤. عدم التركيز على المرأة كمصدر للمتعة والترفيه مع تقديم النماذج الإيجابية لدور المرأة المشاركة في الحياة العامة.
٥. التركيز على قيم التعاون بين الرجل والمرأة لتصحيح الخلل في تصوير العلاقة بينهما وتأكيد أن التفاهم القائم على أساس مراعاة كلا الطرفين لحق الآخر في تحقيق ذاته يمكن أن يساهم إيجابياً في نجاح الطرفين.

٦. مراجعة الصورة التي تقدم بها المرأة في الأعمال الدرامية وعدم التركيز على النماذج السلبية التي تسيء إلى صورة المرأة وإلى طبيعة دورها في المجتمع. وتطوير برامج المرأة لتخاطب الأسرة ككل من منطلق أن قضايا المرأة هي قضايا مجتمعية لإزالة عنصر العزلة والتجزئة التي تشهدها قضايا المرأة في التناول الإعلامي.
٧. ضرورة التوسع في عقد الدورات التدريبية وحلقات النقاش للإعلاميات والإعلاميين وعلى الأخص القيادات الإعلامية حول قضايا المرأة والتمايز بين الجنسين في المجتمع.
٨. اهتمام القيادات الأكاديمية في مجال البحث الاجتماعي بتأسيس وتأسيس الفرع الخاص بعلم اجتماع المرأة والتمايز بين الجنسين بحيث يصبح قادرًا على تزويد سائر العلوم الاجتماعية -ومن أهمها علم الإعلام والاتصال- بالبحوث والدراسات الخاصة بالمرأة وقضاياها.
٩. توحيد المفاهيم والأسس النظرية التي تتطرق إلى المرأة في وسائل الإعلام، ونشر رؤية واضحة تنطلق من زيادة مشاركة المرأة في بناء المجتمع، وإبراز أهمية دورها في عمليات التنمية، وتغيير الخطاب الإعلامي الموجه للمرأة كهدف لعمليات التنمية إلى النظر إليها كعنصر مشارك في رسم سياسات التنمية.
١٠. إزالة التحيز القائم على الجنس والتحديد النمطي لأدوار المرأة في المناهج والكتب الدراسية والعلمية.

* * *



الفصل الثاني

دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدراك المرأة
المصرية بحقوقها
«دراسة ميدانية»



دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدراك المرأة

المصرية بحقوقها

«دراسة ميدانية»

أ.د. هويدا مصطفى

المقدمة:

تميز الإعلام الإلكتروني بدور فعال ومؤثر في قدرته علي تشكيل اتجاهات الرأي العام بكافة فئاته، وكانت شبكات التواصل الاجتماعي أحد هذه التطبيقات الحديثة الصادرة عن شبكة الإنترنت التي أحدثت ثورة في مجال المعلومات والاتصال وتمكين المواطن من التعرف على حقوقه وواجباته واثاحت له الفرصة للتفاعل مع الأحداث المجتمعية والتعبير عن رأيه مما جعل له دور في تشكيل الرأي العام وبالتالي لم يعد النخبة والقائمين بالاتصال هم المؤثرين كالمعتاد في الرأي العام وتشكيل اتجاهاته وسلوكه، وهو ما كشف عن بيئة إعلامية جاذبة استخدمها المواطنون مؤخراً في إحداث ثورات الربيع العربي.

وكانت المرأة المصرية جزءاً من هذا الجمهور النشط المتفاعل مع شبكات التواصل الاجتماعي، حيث توجد العديد من الصفحات التي تعبر المرأة من خلالها عن رأيها وأفكارها في مختلف المجالات، بل إن العديد من المؤسسات الناشطة في حقوق المرأة سارعت لإنشاء صفحات لها على مواقع التواصل الاجتماعي للتعبير عن أنشطتها وإنجازاتها في مجال حقوق المرأة، علاوة علي أن هذه المواقع تفتح المجال أمام الحوار المجتمعي مع المرأة والرجل لأجل التعرف علي أفكارهما في كيفية مساندة وتمكين المرأة للحصول علي حقوقها.

ونجد أن التعديل الأخير للدستور المصري حظي بجدل كبير بخصوص حقوق المرأة علي مستوي كافة وسائل الإعلام وعلي مستوي مواقع التواصل الاجتماعي بصورة خاصة، وعلى هذا وانطلاقاً من الدور الفاعل والمؤثر لهذه المواقع كانت هذه

الدراسة التي نحن بصدددها للوقوف على الدور الذي يمكن أن تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي في توجيه الرأي العام بخصوص حقوق المرأة من حيث التوعية وتشكيل الاتجاهات والسلوكيات الخاصة بالمرأة، ومدى قدرة هذه المواقع علي تحريك الجماعات المؤثرة في القرار بالمجتمع المصري في تمكين المرأة من حقوقها.

مشكلة الدراسة:

تعد مواقع التواصل الاجتماعي أبرز الظواهر الإعلامية في عالمنا اليوم، فقد استطاعت أن تستقطب معظم فئات المجتمع بكافة مراحل العمرية ومستوياته الاقتصادية والاجتماعية، علاوة علي أن هذه الشبكات أصبحت قناة مهمة للتعبير عن الرأي، واستطاعت أن تغرس مفهوم الحق في التعبير عن الرأي والمطالبة بالحقوق كمواطنين بالدولة، بل إن العديد من المطالبات المجتمعية بالحقوق ومنها الخاصة بالمرأة يتم تنظيمها عن طريق هذه المواقع خاصة الفيس بوك.

من كل الملاحظات السابقة يمكن بلورة مشكلة الدراسة فيما هي طبيعة الدور الذي يمكن أن تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي في توعية وتشكيل وعي المرأة المصرية بحقوقها، ومدى قناعة المرأة المصرية بأهمية هذه المواقع في تمكينها من التعبير عن رأيها ليصل إلي القيادات المؤثرة بالمجتمع بهدف الحصول علي حقوقها كاملة.

أهمية الدراسة:

تتمتع هذه الدراسة بأهمية خاصة وذلك للاعتبارات التالية:

١- يشهد الإنترنت إقبالا كبيرا في المجتمع المصري، وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي، من قبل النوعين، وعلي كافة المراحل العمرية والاقتصادية والاجتماعية، لذا يعد أمراً مجدياً التعرف علي مدى إقبال المرأة المصرية علي مستوي الأعمار علي هذه المواقع، ومستوي استخدامها له، ومدى قدرة هذه المواقع في توعية المرأة بحقوقها، وهو ما يوضحه بيانات الجدول التالي:

جدول رقم (١)

ترتيب مواقع الإنترنت بالنسبة للجمهور المصري المتابع لها^١

الموقع	ترتيبه على مستوى مصر	على مستوى العالم	عدد امستخدمين
Face book	الأول	الثاني	ما يقرب من ٨,٥ مليون
Google.eg	الثاني	١٤٠	ما يقرب من ٦ مليون
YouTube	الثالث	الثالث	ما يقرب من ٤ مليون
اليوم السابع	السادس	٤٨٧	ما يقرب من ١٣١ ألف
Blogspot.com	الثامن	١٢	ما يقرب من ٣٢ ألف
منتدى فتكات	التاسع	٦١٤	ما يقرب من ٤ آلاف

يتضح من بيانات الجدول السابق والتي مصدرها موقع أليسا أن موقع الفيسبوك والذي يعد أحد مواقع التواصل الاجتماعي والأكثر شهر بينهم قد حصد الترتيب الأول بين مستخدمي الإنترنت في مصر بينما حصل على الترتيب الثاني بين مستخدمي الإنترنت علي مستوي العالم، ثم جاء موقع محرك البحث «جوجل» في المرتبة الثانية بالنسبة لمستخدمي الإنترنت في مصر، تلاه موقع اليوتيوب وهو أحد مواقع التواصل الاجتماعي.

٢- لم تعد المرأة المصرية كيانه خامل بل ناشطاً مطالباً بحقوقه في كافة المجالات، وأكبر دليل علي ذلك الدور الذي لعبته المرأة المصرية في قيام الثورة المصرية ٢٠١١ ونجاحها وكذلك ثورة ٣٠ يونيو وما تلاها من اختراق المرأة لعالم العمل السياسي ونسب تصويتها في الاستفتاء على الدستور والانتخابات الرئاسية،

¹ <http://www.alexa.com/topsites/countries/1;EG>, accessed in: 30-12-2013

علاوة علي وجود منظمات حقوقية في مجال المرأة في مصر تعمل بشكل مؤثر وفعال في تناول القضايا التي تأن منها المرأة المصرية وتناقشها علي مستوي وسائل الإعلام وفي المحافل الدولية.

٣- في ظل التعديلات الدستورية الأخيرة التي شهدها المجتمع المصري، بعد الثورة المصرية، أصبح هناك تشريعات جديدة تتناول مسألة الحق في حرية التعبير عن الرأي وكذلك إصدار تشريعات تتناول أداء مواقع التواصل الاجتماعي، وتنظيم العمل بها، وحدود الحرية في التعبير بها، علاوة علي إصدار تشريعات جديدة خاصة بالمرأة، وهذه التشريعات السابقة محل نقاش علي هذه المواقع، وكذلك محل نقاش من قبل المواطنين، والمرأة المصرية بصورة خاصة، لذا يعد أمراً هاماً التعرف علي رأي المرأة المصرية في التشريعات الجديدة الخاصة بحقوقها، ومدي اتفاقها واختلافها معها.

أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيسي للدراسة في سعي الباحثة التعرف علي مدى اعتماد المرأة المصرية علي مواقع التواصل الاجتماعي للتعرف علي حقوقها والكشف عن مواطن القوة والضعف التي يمكن تؤثر بها هذه المواقع في مسيرة تمكين المرأة المصرية من الحصول علي حقوقها، وانطلاقاً مما سبق تسعى الدراسة إلي تحقيق مجموعة من الأهداف الفرعية علي النحو التالي:

١. التعرف علي دور مواقع التواصل الاجتماعي علي شبكة الانترنت، في توجيه الرأي العام اهتمام المرأة بحقوقها، والكشف عن تأثيراتها الايجابية والسلبية.
٢. التعرف علي اعتماد المرأة المصرية في مواقع التواصل الاجتماعي للحصول علي معلومات عن حقوقها.
٣. تكوين رؤية عامة عن مدى مراعاة مواقع التواصل الاجتماعي لمسئولياتها الاجتماعية من خلال التعرف علي نوع التأثيرات الاجتماعية لهذه المواقع من حيث كونها سلبية أم إيجابية.

٤. التعرف علي مدي قناة المرأة المصرية بصدق المعلومات التي تقدمها هذه المواقع.
٥. الوقوف على دوافع تعرض المرأة المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الانترنت وكذلك الإشباعات التي حققتها المرأة منها.
٦. معرفة أكثر مواقع التواصل الاجتماعي مصداقية لدى المرأة المصرية، وكذلك أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي تحرص المرأة المصرية على الاعتماد عليها في الحصول على المعلومات عن حقوقها.
٧. الوقوف على مدي استعانة المرأة بهذه المواقع في التعبير عن الرأي.
٨. التعرف على أي الحقوق التي تركز عليها مواقع التواصل الاجتماعي والمتعلقة بالمرأة.

رابعاً: الإطار النظري «نظرية الاعتماد»:

تعتبر نظرية الاعتماد إمتداد لنظرية الاستخدامات والإشباعات، وهي تقع ضمن نظريات التأثير المعتدل لوسائل الإعلام، وقام الباحثان ميلفين ديفلير وبول روكيتش بتقديمها عام ١٩٧٦، وهي عبارة عن تفسير للعلاقة الثلاثية بين ثلاث عناصر (المجتمع والجمهور ووسائل الإعلام)، وتختلف هذه العلاقة من مجتمع لأخر طبقاً للنظام الإعلامي السائد في المجتمع، وتري أن أسس تأثير وسائل الإعلام تقع إلى حد كبير في طبيعة الاعتمادات المتبادلة بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية الأخرى، وهذه الاعتمادات المتبادلة تشكل علاقات الجمهور مع وسائل الإعلام، وهي تعد نظرية بيئية تنظر إلى المجتمع باعتباره تركيب عضوي، وتوضح النظرية أن هناك عاملين يؤثران على درجة الاعتماد على وسائل الإعلام هما، الأول أن الفرد سيصبح معتمداً على الوسيلة التي تلبى عدداً من احتياجاته أكثر من الوسائل التي تزوده بقليل منها، والعامل الثاني هو الاستقرار الاجتماعي، وتفترض أنه كلما زاد استخدام الفرد واعتماده على وسائل الإعلام لإشباع حاجاته كلما زادت أهمية هذه الوسائل بالنسبة للفرد، ويكون لوسائل

الإعلام تأثيراً كبيراً وقوياً عليه، وإذا إعتمد شخص على وسائل الإعلام من أجل الحصول على المعلومات، وأن هذه الوسائل هي مصدر الشخص الوحيد للمعلومات فإنه من السهل تحديد وترتيب الأولويات بالنسبة للفرد، وكل ما زاد اعتماد الفرد على وسائل الإعلام للارتباط برسالة معينة، فهناك احتمال أكبر بأن هذه الرسالة تعدل من سلوك ومشاعر الجمهور.^(٢)

يعتبر تفسير ميلفين وروكتيش لاعتماد الجمهور على وسائل الإعلام مجالاً تطبيقياً متميزاً لتأثير الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أنهم يفترضوا قيام علاقة الاعتماد على دعامين رئيسيتين تتمثلان في حاجة الجمهور إلى المعلومات التي تلبى حاجاته وتحقيق أهدافه، وكذلك إعتبار نظام الإعلام نظام معلومات يتم توظيفه لتلبية هذه الحاجات وتحقيق الأهداف^(٣)، فتعتمد المرأة على مواقع التواصل الاجتماعي للتعرف على حقوقها، وهناك ارتباط إيجابي بين المصادقية المدركة لمواقع التواصل الاجتماعي وبين الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات.^(٤)

وتقوم علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام على دعامين أساسيتين هما:

الأهداف: لكي يحقق الأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة أهدافهم الشخصية والاجتماعية، فإن عليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات أخرى، والعكس صحيح.

المصادر: يسعى الأفراد والمنظمات إلى المصادر المختلفة التي تحقق أهدافهم، وتعد وسائل الإعلام نظام اجتماعي يسعى إليه الأفراد من أجل بلوغ أهدافهم، وتتحكم وسائل الإعلام في ثلاثة أنواع من مصادر المعلومات هي جمع المعلومات، وتنسيق المعلومات وتنقيحها لكي تخرج بصورة مناسبة، ثم نشرها وتوزيعها إلى جمهور غير محدد.

2- Jinyang and padmini patwardhan, «Determinants of Internet News Use: A Structural Equation Model Approach», online@<http://www.scripps.ohiou.edu/wjmc/vol08/8-1a.html>

٣- محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٩)، ص ٢٥٧.

٤- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط٣، (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠١٠)، ص ٣٠٧.

الأسس التي يقوم عليها نموذج الاعتماد:

- وجود علاقة متبادلة بين الجمهور ووسائل الإعلام والمجتمع، وهي التي تحدد مباشرة كثيراً من التأثيرات التي تحدثها وسائل الإعلام في الأفراد والمجتمع.
- يختلف الأفراد في درجة اعتمادهم على وسائل الإعلام نتيجة اختلافهم في الأهداف والمصالح والحاجات الفردية^(٥).
- كلما زادت الحاجة إلى المعلومات تزيد درجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام، ويؤدي ذلك إلى تحسين نوعية تكنولوجيا وسائل الإعلام لتقديم معلومات متنوعة لأعضاء الجمهور.
- في حالة عدم الاستقرار الاجتماعي تزداد الحاجة للمعلومات فيزداد الاعتماد على وسائل الإعلام، فكلما زاد التهديد والتقلبات زادت الحاجة إلى المعلومات والتوجيه وزادت كثافة الاعتماد.
- تزداد درجة الاعتماد على وسائل الإعلام في حالة قلة القنوات البديلة للمعلومات، فعند تعدد مصادر المعلومات يقل اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام.^(٦)

الآثار المترتبة على الاعتماد على وسائل الإعلام:

يوجد مجموعة من الآثار تنتج عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام وهي:

الآثار المعرفية: وتشتمل وفقاً لنظرية الاعتماد التأثيرات المترتبة إزالة الغموض و تكوين الاتجاه ترتيب الأولويات واتساع المعتقدات والقيم وتتصدر التأثيرات المعرفية المجالات الأخرى خاصة أن وفرة المعلومات تجعل المستخدم يتجاوز المشكلات الخاصة بعدم كفاية المعلومات والغموض الناتج عن ذلك.

٥- حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٣)، ص ٢٣٧-٢٣٩

٦- محمود إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، (القاهرة: الدار العالمية، ١٩٩٨) ص ٤٨

التأثيرات الوجدانية يمكن أن تتبلور بصفة خاصة خلال الرسائل التي يتبادلها الأفراد في فئة واحدة على مواقع الشبكة أو الاتصال بالغير، حيث تدعم هذه الرسائل مشاعر القلق والخوف، وهذا يمكن أن يظهر في فترات التوتر والأزمات^(٧).

التأثيرات السلوكية فهي محصلة التأثيرات المعرفية والوجدانية، وتسهم في تأكيد الأدوار أو تجنبها أو الفعالية أو عدم الفاعلية نتيجة لتشكيل الاتجاهات التي ساهمت المعرفة والشعور في تكوينها أو التأثير فيها^(٨).

يهتم هذا النموذج بالظروف التاريخية والبناء الاجتماعي أكثر من المتغيرات الفردية، لذلك تعد أكثر المداخل ملائمة للتعامل مع النظام الاجتماعي بصورة أكبر من النماذج الأخرى المرتبطة بوسائل الإعلام^(٩).

أسباب استعانة الدراسة بهذا المدخل :-

إن هذه النظرية تعتبر من أفضل نظريات التأثير وأشملها في التعامل مع النظام الاجتماعي^(١٠)، كما أنها تعد نظرية شاملة ومتكاملة لأنها تجمع بين العديد من الرؤى والمنظورات، فهي تجمع بين رؤى مستمدة من علم النفس وعلم الاجتماع، ورؤى مستمدة من نظرية الاستخدامات والإشباع والتأثيرات الإعلامية^(١١)، شموله على عدد غير محدود التأثيرات^(١٢).

كما نجد أن المجتمع المصري قد مر بالعديد من الأحداث والظروف الحرجة من ثورات وانتخابات ومشاركة سياسية والتي أثارت جدل على الساحة المصرية الشعبية والوطنية والسياسية بالإضافة إلى الدستور الجديد للبلاد وشموله للعديد

٧- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط٣، مرجع سابق، ص٣٠٨-٣١٠

٨- محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، مرجع سابق، ص ٢٦٠.

٩- وجدي حلمي عند الظاهر، دور قناة نفرتيتي في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات الصحية في إطار نظريتي الاعتماد والمعرفة، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنيا: كلية الآداب، ٢٠٠٥)، ص ٩٠-٩١.

١٠- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط٣، مرجع سابق.

11- Melvin Defleur and Sandra Ball Rokeach, "The ultimate basis influence lies in the interdependency between the media and other social systems and how these interdependencies shape audience relationships with the media",

Online @ <http://www.colostate.edu/depts/speech/rccs/theory12.htm>.

١٢- وائل صلاح نجيب، مدى اعتماد المراهقين على التلفزيون المحلي في التعرف على القضايا المحلية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠٠٣)، ص ٥٨.

من البنود الخاصة بالمرأة والتي حظيت بانقسام للرأي العام بشأنها، وخلال هذه الأوقات يزداد اعتماد الجمهور بصورة عامة والمرأة بصورة خاصة علي وسيلة إعلامية معينة دون غيرها أو مضمون محدد داخل الوسيلة الإعلامية، فتكون أحد الوسائل أو المضامين لها آثار قوية مباشرة في حين توجد وسائل أو مضامين أخرى لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة، وهو ما تهدف بحوث الاعتماد إلى الكشف عن أسبابه، فضلاً عن التعرف علي سمات الوسيلة التي قد يكون لها آثار قوية أو ضعيفة أو عديمة التأثير على المتلقي، وهنا تحاول الباحثة التعرف علي مدي قوة وسائل التواصل الاجتماعي في توعية المرأة المصرية بحقوقها والسمات التي ارتبطت بهذه الوسيلة لدي جمهور المرأة المصرية لذا تعتمد عليها.

خامساً: المرأة المصرية بين الواقع ودراسات الإعلام^(١٣)

- ١٣ - اعتمدت الباحثة على المراجع التالية في صياغة تلك الجزئية:
- اتحاد الإذاعة والتلفزيون: بحث اتجاهات الجمهور النسائي نحو برامج المرأة والأسرة بالتلفزيون، الأمانة العامة، القاهرة، ٢٠٠٣.
- أحمد زكريا أحمد: تحرير المجلات النسائية العامة في مصر وأثره في أداؤها الصحفي خلال عامي ٩٦-٩٧ دراسة مسحية لمجلتي حواء ونصف الدنيا، ماجستير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠١.
- أديب خضور، صورة المرأة في الإعلام العربي، المكتبة الإعلامية، الطبعة الأولى، دمشق، ١٩٩٧.
- أشرف جلال، القيم العربية كما تعكسها أغاني الفيديو كليب وانعكاساتها على قيم الشباب، المؤتمر العلمي العاشر، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مايو ٢٠٠٤.
- أشرف جلال، صورة المرأة كما تعكسها الدراما في الفضائيات العربية وأثرها على إدراك الجمهور للواقع الاجتماعي، المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ٢٠٠٤.
- أماني عبدالرؤوف محمد عثمان، الوضع الاجتماعي للمرأة المصرية كما يعكسه التلفزيون المصري وعلاقته بالواقع الفعلي، دراسة تحليلية تطبيقية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٤.
- أميرة سمير طه، دور المسلسلات العربية التلفزيونية في إدراك الشباب المصري للمشكلات الاجتماعية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠١.
- أميرة محمد العباسي، المشاركة السياسية للمرأة المصرية ودور الإعلام في تفعيل هذه المشاركة: دراسة ميدانية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الثاني، العدد الأول، يناير - مارس ٢٠٠١.
- أميمة عمران، دور وسائل الإعلام في مشاركة المرأة في العمل السياسي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد (١١)، ٢٠٠١، ص ٢١١، ٢٧٥.
- تقارير وحدة الرصد الإعلامي بالمجلس القومي للمرأة منذ (٢٠٠٥ : ٢٠١٠).
- جيهان رشتي الإعلام المصري والمرأة في : منتدى المرأة العربية والإعلام، تحت شعار: نحو فضاء إعلامي متفاعل (القاهرة، ٢٠٠٢).
- جيهان يسري، رأى الفتاة الجامعية في صورتها التي تقدمها الدراما العربية بالتلفزيون، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مرجع سابق.

- حسام علي علي سلامة أخلاقيات تناول قضايا المرأة في السينما المصرية: دراسة تحليلية. في: مؤتمر أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق. الجزء الرابع (القاهرة: كلية الإعلام جامعة القاهرة، مايو ٢٠٠٣) ص ١٥٩٣-١٦٦٤.
- حسام علي علي سلامة. أخلاقيات تناول قضايا المرأة في السينما المصرية: دراسة تحليلية. في: مؤتمر أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق. الجزء الرابع (القاهرة: كلية الإعلام جامعة القاهرة، مايو ٢٠٠٣) ص ١٥٩٣-١٦٦٤.
- حمدي حسن، المضمون الثقافي للاستثمارات الإعلانية: دراسة مقارنة لعينة من إعلانات التلفزيون في العالم العربي، مجلة البحوث والدراسات العربية، عدد (٣٣)، يوليو ٢٠٠٠.
- رغدة محمد عيسى. العوامل المؤثرة علي القيادات الإعلامية النسائية باتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري وانعكاسها علي التخطيط الإعلامي. رسالة ماجستير غير منشورة. (القاهرة: كلية الإعلام - جامعة القاهرة، ٢٠٠٥).
- سامية دسوقي عيد «دور التلفزيون في إمداد المرأة المصرية بالمعلومات البيئية، دراسة في إطار نظرية فجوة المعرفة»، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، ٢٠٠٥.
- سميرة عرفات، مدى مراعاة الضوابط الأخلاقية في الأغنية العربية المصور، دراسة تحليلية للأغنية المصورة بقناة دريم، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد الثامن عشر، أكتوبر ٢٠٠٢
- سوزان القليني، صورة امرأة في وسائل الاتصال والإعلام المصرية. في: الفن الإذاعي. عدد ١٧٢- أكتوبر ٢٠٠٣.
- صورة المرأة في الصحف والمجلات المصرية (٢٠٠٤)، القاهرة، مركز وسائل الاتصال الملائمة من أجل التنمية، وحدة الرصد الإعلامي، ٢٠٠٥.
- عادل عبد الغفار، صورة المرأة في الدراما التلفزيونية المقدمة خلال شهر رمضان، المجلس القومي للمرأة، ٢٠٠١.
- عادل عبد الغفار، ملامح التمييز الثقافي ضد المرأة في المسلسلات التلفزيونية، المجلس القومي للمرأة، لجنة الثقافة، ٢٠٠٦.
- عبد الرحيم أحمد سليمان درويش. معالجة الأفلام السينمائية المصرية التي يعرضها التلفزيون للقضايا الاجتماعية وأثرها على الشباب. رسالة دكتوراه غير منشورة. (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٢).
- عزة عبد العظيم، تأثير الدراما التلفزيونية على إدراك الواقع الاجتماعي للأسرة المصرية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٠.
- عزة كامل، صورة المرأة في الصحافة المصرية (تقرير ٢٠٠٢-٢٠٠٣)، القاهرة ، مركز وسائل الاتصال الملائمة من أجل التنمية، مشروع الرصد الإعلامي ٢٠٠٤.
- عطا حسن عبد الرحيم، محمد متولى عفيفي، الإعلان وتغيير القيم، محلة الدراسات الإعلامية، عدد ٩٨/٩٧، يناير / مارس ٢٠٠٠.
- عواطف عبد الرحمن وآخرون، المرأة المصرية في صعيد مصر، جامعة القاهرة، كلية الإعلام واليونيسكو، ٢٠٠٧.
- عواطف عبد الرحمن: «الإعلام والمرأة المصرية دراسة مسحية (القضايا) الخطاب الإعلامي النسوي (الكوادر البشرية)، بحث منشور في كتاب الإعلام والمرأة في عصر المعلومات، (القاهرة: الطبوجي للطباعة والنشر، ٢٠٠٥).
- ليلى عبد المجيد وآخرون. امرأة المصرية والإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ومركز قضايا المرأة المصرية، ٢٠٠٧.
- ماجدة أحمد عامر وهالة كمال نوفل، موقف جمهور الريف من حملات تنظيم الأسرة، دراسة ميدانية على عينة من الريفات بقرى محافظة الجيزة، المحلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد (١٦) سبتمبر ٢٠٠٢، ص ٢٥٥.

المكاسب التي حققتها المرأة المصرية حديثاً:

هناك العديد من المكاسب التي حققتها المرأة المصرية خلال الفترة السابقة وأهمها تعيين أول قاضية في مصر المستشارة تهاني الجبالي كعضو في هيئة المحكمة الدستورية العليا عام ٢٠٠٣ وهي أعلى درجات السلم القضائي، كما أصدرت الدولة عام ٢٠٠٧ قراراً جمهورياً بأن تؤدى ٣٠ قاضية اليمين القانونية أمام مجلس القضاء العالي برئاسة رئيس محكمة النقض ورئيس مجلس القضاء العالي، وجميع المتقدمات كن من عضوات هيئتي النيابة الإدارية وقضايا الدولة، ومن ثم تم تعيين ١٠٣ من خريجات الحقوق في منصب معاون نيابة إدارية عام ٢٠٠٨، وتعيين أول ماذونه في مصر والعالم الإسلامي أمل سليمان عفيفي عام ٢٠٠٨.

كما شغلت أربعة سيدات من محافظات مختلفة لأول مرة منصب سكرتير عام مساعد للمحافظ ورئيس مدينه في عام ٢٠٠٨ وهن « المحاسبة سامية محرز علي في منصب سكرتير عام مساعد محافظة البحر الأحمر، والسيدة هناء محمود عبد العزيز في منصب سكرتير عام مساعد لمحافظة ٦ أكتوبر، أحلام أحمد السيد سكرتيرا عاما مساعدا لمحافظة الإسماعيلية، والسيدة نجوى العشيري رئيساً لمجلس مدينة القناطر الخيرية كأول امرأة تشغل منصب رئيس مدينة في مصر».

-
- محمد زين عبد الرحمن: التغطية الصحفية لمشاركة المرأة في انتخابات مجلس الشعب عام ٢٠٠٠- دراسة تحليلية للمجلات النسائية وصفحات المرأة اليومية- رسالة ماجستير - غير منشورة - كلية الإعلام - جامعة القاهرة ٢٠٠٢.
 - محمد شومان: المشاركة السياسية للمرأة في خطاب الكاريكاتور في الصحافة المصرية- انتخابات مجلس الشعب عام ٢٠٠٠ نموذجاً، مجلة كلية الآداب، جامعة الزقازيق، يونيو ٢٠٠٤.
 - محمود يوسف. صورة المرأة المصرية في الأفلام السينمائية التي يقدمها التلفزيون. في: المجلة المصرية لبحوث الإعلام العدد العاشر. يناير، مارس ٢٠٠١، ص.ص. ٤٩-١٠٧.
 - مى حلمى رفاعى، التعرض للدراما المصرية في التلفزيون وإدراك الشباب المصري للعلاقة بين الجنسين، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٣.
 - نادية مصطفى عبده، دور الاتصال في المشاركة السياسية للمرأة المصرية: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٠.
 - نجوى كامل وآخرون: الإعلام والمرأة في الريف والحضر، دراسة تطبيقية على مصر والبحرين، مركز الخليج للدراسات الاستراتيجية ومركز بحوث دراسات المرأة والإعلام، كلية الإعلام - جامعة القاهرة، ٢٠٠٦.
 - نجوى محمد الجزار، صورة المرأة في إعلانات التلفزيون: تحليل مضمون إعلانات التلفزيون المصري في شهر رمضان، المجلس القومي للمرأة، ٢٠٠١.
 - نيفين غباشي، دور قادة الرأي في حملات التسويق الاجتماعي الموجهة للمرأة الريفية مع التطبيق في مجال تنظيم الأسرة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩٦.

تم تعيين السيدة / فاطمة مصطفى مدني في أكتوبر ٢٠٠٧ رئيساً للوحدة المحلية بإحدى قرى مركز إسنا لتصبح بذلك أول سيدة تشغل منصب رئيس قرية بمحافظات جنوب الصعيد.

هذا ولا يمكننا أن نغفل تعيين السيدة إيفا هابيل كيرلس عام ٢٠٠٨ عمدة في قرية كمبوها بحري التابعة لمحافظة أسيوط لتصبح بذلك أول امرأة مصرية تشغل منصب العمدة وهذا القرار أثار جدل لدى الرأي العام لفترة طويلة، وعلى الجانب الأكاديمي تم تعيين الدكتورة هبة نصار عام ٢٠٠٨ نائبة لرئيس جامعة القاهرة كأول امرأة تشغل هذا المنصب ، كما شهد عام ٢٠٠٩ تعيين أول رئيسة لجامعة مصرية حكومية (جامعة الإسكندرية) وهى السيدة الدكتورة هند حنفي هذا وقد أعلن مجلس الدولة في أغسطس ٢٠٠٩، موافقته للسماح للمرأة بالتقدم لشغل المناصب القضائية فيه، وذلك لأول مرة منذ إنشاء المجلس عام ١٩٤٧.

مدى الاتفاق بين واقع المرأة ونتائج الدراسات الإعلامية:

كشفت الإحصائيات أن نسبة العاملات بقطاع الإذاعة ٥٣%، ونسبة المرأة بوظائف الإدارة العليا في قطاع الإذاعة من إجمالي العاملين ٥١%، وعن نسبة العاملات بقطاع التلفزيون بلغت ٣٢%، كما احتلت المرأة العديد من وظائف الإدارة العليا في قطاع التلفزيون من إجمالي العاملين وذلك بنسبة ٣٩%، وفي سياق متصل كانت نسبة المرأة العاملة في المجلس الأعلى للصحافة ١٥%، بينما تراجعت نسب عمل المرأة في مجال الصحافة حيث بلغت نسبة النساء كرؤساء تحرير الصحف من إجمالي رؤساء الصحف ٩%، وعند النظر إلى نتائج الدراسات الأكاديمية نجد أن:

— هناك العديد من الدراسات الإعلامية التي أكدت على زيادة نسبة المرأة في الاتحاد، كما أثبتت أن أغلب القوائم بالاتصال يتعرضن لضغوط أثناء العمل وأنهن يشاركن بشكل كبير في اتخاذ القرارات ورسم السياسة الإعلامية.

— بالرغم من تراجع القوائم بالاتصال في مجال الصحافة إلى هناك اهتمام كبير من قبل الدراسات في مجال الصحافة بالقوائم بالاتصال في العمل الصحفي فقد أشارت نتائج تلك الدراسات إلى تعدد أشكال التمييز ضد المرأة في مجال العمل الصحفي ونجد منها التمييز ضد المرأة في المؤسسات الصحفية من حيث فرص التعيين والسفر وفرص التدريب فهناك تفضيل للصحفيين عن الصحفيات،

— كما جاءت النتائج لتؤكد على حرمان المرأة من المواقع القيادية في المؤسسات الصحفية إلا فيما ندر كذلك يندر وجودها في السكرتارية وأقسام التحرير المركزي. وهذا ما يتفق مع الواقع الفعلي.

— وعلى جانب آخر كشفت نتائج العديد من الدراسات على تشابه وتقارب المعالجات الإعلامية ولخاصة بالمرأة في وسائل الاعلام وبين قضايا المرأة الفعلية التي تراها المرأة في حياتها، وجدير بالذكر أم أكثر وسائل الإعلام اقتراباً لأجندة قضايا المرأة المصرية هو التلفزيون حيث وقد تشابهت أجندة التلفزيون مع أجندة القضايا التي تهتم بها المرأة والتي تتمثل في الأمية والعنوسة والزواج المبكر والفقر والعنف ضد المرأة، وتعكس الدراما إلى حد ما الموضوعات التي تهتم المرأة.... ومن وجهة نظري في هذا السياق لا يمكننا الفصل بأي منهما يصنع أجندة الآخر هل المرأة هي التي تفرض على الإعلام أجندتها أم العكس ولكن يتضح وجود علاقة تبادلية بينهما، وقد يرجع ذلك إلى ما اكدت عليه العديد من الدراسات أن التلفزيون يمثل الوسيلة الإعلامية الأكثر استخداماً من قبل المرأة المصرية.

الخطاب الحقوقي الموجه للمرأة كما عكسته الدراسات الإعلامية:

اتضح من نتائج الدراسات أن هناك تفاوت في المضمون المقدم حول قضايا المرأة حيث هناك العديد من المعالجات التي تحت المرأة على المشاركة السياسية في الوقت ذاته نجد على الجانب الآخر بعض المعالجات التي تركز دور المرأة وتقلل من شأنها

وتحملها كافة مسئوليات الأعمال المنزلية وتهتمش من دورها السياسي، كما هناك ابتعاد عن الحديث بشكل مباشر عن حقوق المرأة في العمل والاستقلال المادي.

ونجد أن الخطاب الديني الموجه للمرأة يحاول أن يكرس صورتها كونها المرأة الضعيفة المضحية والتي عليها أن تضحي طول الوقت والغير قادرة على اتخاذ القرارات، وهناك العديد من القضايا والحقوق المسكوت عنها في الخطاب الإعلامي الموجه للمرأة.... وفي سياق متصل نجد أن المعالجات الإعلامية للمرأة في الآونة الأخيرة بدأت تتأثر بالأجندة الدولية حيث ربطت بعض الدراسات بين بعض القضايا مثل قضية التمييز بين الرجل والمرأة بما تعاني منه المرأة في الدول النامية والمتقدمة، كذلك تركيزها على قضايا الأحوال الشخصية الخاصة بتقييد عدد الزوجات، وتعميم فكرة الطلاق أمام القاضي، وتوفير مسكن للمطلقة، وقضايا الختان والعنف ضد المرأة. وبالرغم من الاتجاه الإيجابي للجمهور العام في الدراسات الميدانية وتأكيد حق المرأة في المساواة بينها وبين الرجل وفي كثير من الحقوق والواجبات، ولكنهم قيدوا هذا الحق ووضعوه داخل إطار رضا وتقبل المجتمع والعادات والتقاليد، بجانب بعض الأمور الدينية.

سادساً: الدراسات السابقة:

تنوعت الدراسات التي تناولت مواقع التواصل الاجتماعي، إلا أنه تندر الدراسات التي تطرقت للعلاقة بين قضايا المرأة ومواقع التواصل الاجتماعي، لكن توجد دراسات تعلقة بالنوع الاجتماعي وعلاقته بالمواقع الالكترونية، لذا سيتم عرض مجموعة من الدراسات التي تطرقت لأهمية مواقع التواصل الاجتماعي وشبكة المعلومات مع التركيز على إبراز النتائج المتعلقة بالمرأة، وكانت أبرز هذه الدراسات السابقة مرتبة زمنياً من الأحدث للأقدم على النحو التالي:

– دراسة Lisa J. Orchard (٢٠١٤)^(١٤) تهدف الدراسة إلى التعرف على الفروق الشخصية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين الشباب، وطبقت الدراسة

14-Lisa J. Orchard. Chris Fullwood Niall Galbraith & Neil Morris. Individual Differences as Predictors of Social Networking. Journal of Computer-Mediated Communication 19 (2014) 388–402 © 2014 International Communication Association,

على عينة قوامها ٢٤٤ مفردة تتراوح أعمارهم من ١٦ إلى ٤٨ عاماً، وتوصلت إلى النتائج التالية: أثبتت الدراسة أن هناك علاقة بين نوع المبحوث وعدد مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها وجاء ذلك لصالح الذكور، كما أكدت الدراسة أن ٢٩,٥٪ من عينة الدراسة تستخدم موقع واحد فقط من مواقع التواصل الاجتماعي، بينما ٤٢,٢٪ يستخدمون موقعين، كما جاء الفيس بوك في المرتبة الأولى من حيث تفضيلات عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة ٨٤,٦٪، كما أثبتت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الوقت الذي يستغرقه الفرد للتعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وبين المتغيرات الديموغرافية لعينة الدراسة.

— دراسة Joanna Brenner & Maeve Duggan (2013)^(١٥) أجرت تلك الدراسة على عينة قوامها ١٨٠٢ مفردة للتعرف على التركيبة السكانية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي وأكدت النتائج أن الشباب أكثر عرضة من البالغين الأكبر سناً على استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية، وأن النساء الأمريكيات من أصل أفريقي واللاتينيات أكثر من هنالك فائدة مرتفعة تعود عليهن من استخدام تويتر وانستجرام، بينما هناك ٦٧٪ من السيدات عينة الدراسة والاتي تتراوح أعمارهن بين ١٨:٢٩ سنة تستخدم الفيس بوك. كما أن مستخدمي الإنترنت تتعرض أكثر لمواقع التواصل الاجتماعي أكثر من الرجال، وأن السيدات من المناطق الحضرية هن أكثر استخداماً للإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي أكثر ممن في المناطق الريفية.

— دراسة AARON SMITH MAEVE DUGG AND AN (2013)^(١٦): أجريت الدراسة على عينة قوامها ١٠٠٦ مفردة واثبتت الدراسة أن ٦٧٪ من الإنترنت يستخدمون الفيس بوك، مما يجعل الفيس بوك المهيمن على موقع التواصل الاجتماعي في القرن، كما أكدت نتائج الدراسة أن السيدات أكثر عرضة من الرجال للفيس بوك،

15- Maeve Duggan & Joanna Brenner, "The Demographics of Social Media Users — 2012, (Pew Research Center's Internet & American Life Project, 2013) available at: <http://pewinternet.org/Reports/2013/Social-media-users.aspx>.

16 - LEE RAINIE, AARON SMITH AND MAEVE DUGGAN, "Coming and Going on Facebook". 2013, <http://www.pewresearch.org/>

وهناك حوالي ١٦٪ من مستخدمي الفيس بوك من الإناث أكدن أن الفيس بوك أصبح أكثر أهمية بالنسبة لهن خلال العام الماضي، و١٦٪ منهن أكدن أنهن يقضون وقتاً أطول على الموقع الآن مما كانت عليه قبل عام.

- دراسة حاتم سميح (٢٠١٣)^(١٧): تهدف إلى تحليل تأثير ظهور شبكات التواصل الاجتماعي على تناول قضايا المرأة من وجهة نظر الإعلاميين في قطاع غزة، وجاءت أهم النتائج على النحو التالي: أن استجابة المرأة لواقع المتغيرات الإعلامية المتسارعة لا يرتقي لدرجة القدرة على تحليل متطلبات واقعها الاجتماعي والسياسي، أن هناك قصوراً إعلامياً في تبني قضايا المرأة الاجتماعية والسياسية، هناك العديد من العقبات أمام الإعلاميين والإعلاميات لتناول قضايا المرأة وأهمها التهديدات الأمنية والعادات والتقاليد.

- دراسة امين اليافعي (٢٠١٣)^(١٨): تهدف الدراسة إلى التعرف على دور وسائل الإعلام الجديد في مناصرة قضايا المرأة وقد توصلت إلى أن هناك العديد من القوالب النمطية الاجتماعية والتي تساهم وسائل الإعلام في نشرها والتي تضع النساء في أدوار اجتماعية محددة بكل وضوح وهي أدوار تتعلق أساساً بدور الأم والزوجة، ارتفاع نسب الأمية بين الإناث في المناطق الريفية يؤدي إلى استفحال عدم المساواة بين الرجل والمرأة.

- دراسة Manago, Adriana M (2012)^(١٩): تهدف الدراسة إلى معرفة أنماط الاتصال الاجتماعي للشباب من مستخدمي مواقع الشبكات الاجتماعية ومدى

١٧ - حاتم سميح أبو طه. «أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على قضايا المرأة من وجهة نظر الإعلاميين في قطاع غزة». (مركز شؤون المرأة - غزة- فلسطين)، ٢٠١٣.

١٨ - أمين اليافعي. دور وسائل الإعلام الجديدة في مناصرة قضايا المرأة. ٢٠١٣. متاح على: <http://asahnetwork.org/%D8%AF%D9%88%D8%B1%D9%88%D8%B3%D8%A7%D8%A6%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%AF%D9%8A%D8%AF-%D9%81%D9%8A%D9%85%D9%86%D8%A7%D8%B5%D8%B1%D8%A9%D9%82%D8%B6%D8%A7/>

19- Manago, Adriana M, "Me and my 400 friends: The anatomy of college students' Facebook networks, their communication patterns, and well-being". Developmental Psychology, Vol 48(2), Mar 2012, 369-380 available at:

<http://psycnet.apa.org/index.cfm?fa=buy.optionToBuy&id=2012-02329-001>

تأثيرها على علاقاتهم الاجتماعية، وتوصلت الدراسة إلى النتائج أهمها أن شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من الشبكات التي تنتشر بشكل كبير من بين الشبكات الاجتماعية الأخرى، وتعتبر أيضاً من أكبر الشبكات من حيث التحديثات الفورية لما بها من معلومات وأخبار، كما اتضح أهمية الفيس بوك في حياة الشباب حيث أدى إلى تلبية الاحتياجات النفسية للعديد من أفراد العينة من الشباب.

- أثبتت دراسة **Cameron Marlow and others (2012)**⁽²⁰⁾؛ والتي أجريت على عينة قوامها ٨٧٧ من مستخدمي الفيس بوك ان المرأة تساهم بشكل فعال في محتويات ومضمون الفيس بوك أكثر من الرجال، حيث أكدت عينة الدراسة أن الإناث في العينة يقومون بتحديث حالتهم اليوم بمتوسط ٢١ حالة في شهر، في حين جاء متوسط الذكور ٦ حالات فقط.

- دراسة **Al-Saggaf (2011)**⁽²¹⁾؛ هدفت التعرف على تجربة الفتيات السعوديات في تعاملهن مع شبكة الفيس بوك، وذلك من خلال إجراء مقابلات شخصية مع (١٥) فتاة سعودية ممن يستخدمن الفيس بوك، ممن تتراوح أعمارهن بين (١٩-٢٤) سنة، وقد توصلت الدراسة إلى أن الفتيات السعوديات يستخدمن الفيس بوك بهدف الحفاظ على روابط الصداقة القائمة مع أقرانهن الجدد والقدامى، وللتعبير عن شعورهن تجاه مختلف القضايا المطروحة ومشاركة الآخرين أفكارهم من خلال تحديث محتوى سيرتهن الذاتية على الموقع، بالإضافة إلى الترفيه عن أنفسهن من خلال الإجابة على أسئلة المسابقات واختبار المعلومات. كما توصلت الدراسة إلى أنه وبالرغم من أن معلومات المشاركات في الدراسة متاحة للجميع من مستخدمي الفيس بوك، فأنهن قلقات جداً على خصوصيتهن، وحتى تتمكن المشاركات من الإدلاء بآرائهن حول الأحداث الجارية، فقد عمدن إلى المشاركة في بعض المجموعات الحوارية على الشبكة. كما توصلت الدراسة أيضاً إلى أنه وبالرغم من أن بعض

20-KEITH HAMPTON, LAUREN SESSIONS GOULET, CAMERON MARLOW AND LEERAINIE,"Why most Facebook users get more than they give".<http://www.pewinternet.org/2012/02/03/why-most-facebook-users-get-more-than-they-give/>

21- Al-Saggaf, yeslam. (2011). Saudi Females on Facebook: An Ethnographic Study. International Journal of Emerging Technologies & Society. Vol. 9, No. 1, 2011, pp: 1-19.

المشاركات اعترقن بفضل الفيسبوك يجعلهن يشعرن بالثقة أكثر، وبأنهن أصبحن اجتماعيات أكثر، إلا أن البعض الآخر منهن أبادين تخوفهن من أن هذه الشبكة يمكن أن تؤثر على علاقتهن بأسرهن وعلى تحصيلهن الدراسي.

- أراجع Kuan-Ju Chen^(٣٣) ٢٠١١م اسباب استخدام الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية في الجوانب السياسية» إلى رغبتهم في تقييم مناخ الرأي، والتحدث حول الموضوعات السياسية المثيرة للجدل، كما أكدت نتائج دراسته أن المرأة أكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي في تكوين العلاقات الاجتماعية بينما الرجال يستخدمون تلك المواقع للمشاركة والتفاعل السياسي.

- دراسة على نجاحات (٢٠١١)^(٣٣): تهدف الدراسة إلى التعرف على مدى استخدام المتزوجات العاملات في الجامعات الأردنية للفيسبوك والإشباع المتحققة منه، وتوصلت الدراسة إلى وقد توصلت الدراسة إلى هناك نسبة ٦٥,٥% من المبحوثات لديهن حساب شخصي على موقع الفيسبوك، وأن الدوافع المتمثلة بالبقاء على اتصال مع الاصدقاء القدامى والجدد، والاستمتاع والتسلية وشغل أوقات الفراغ، وزيادة المعرفة والاطلاع على أحدث التطورات المحلية والدولية هي التي دفعت بالمبحوثات لاستخدام الفيسبوك، كما كشفت الدراسة أن « اشباعات التواصل الاجتماعي» تقدمت على غيرها من الاشباعات الاخرى عند المبحوثات، مما يدل على أهمية هذا الموقع في إبقاء الأفراد على اتصال وتفاعل مع بعضهم بعضاً.

- دراسة عمرو أسعد (٢٠١١)^(٣٤): هدفت الدراسة التعرف على طبيعة العلاقة بين استخدامات الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقتها بقيمهم المجتمعية إيجاباً أو سلباً، وتوصلت الدراسة إلى وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في دوافع استخدام موقع اليوتيوب في الاتصال الاجتماعي لصالح

22- Kuan-ju Chen. A test of the spiral of silence theory on young adults use of social networking sites for political purposes. Iowa State University, kuanjuc@iastate.edu.2011

٣٣- ((دراسة على نجاحات. استخدام المتزوجات العاملات في الجامعات الأردنية للفيسبوك والإشباع المتحققة منه. ٢٠١١.))

٣٤- عمرو محمد أسعد، «العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعية، دراسة على موقعي اليوتيوب والفيس بوك»، مرجع سابق.

الذكور، وفي التعرف علي أشخاص جدد لصالح الذكور، وفي التواصل مع الأحداث الاجتماعية لصالح الذكور، في حين لا توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في دوافع استخدام الموقع في الحفاظ علي العلاقات الاجتماعية، وفي ملائمة تلك الوسيلة للمستخدمين، وفي استخدام الموقع لأجل الترفيه والتسلية، وفي استخدام الموقع في التعلم والمعرفة، وفي استخدام الموقع في الاختيار والتحكم.

- دراسة **Stith, Danica (2011)**:^(٢٥) تم في هذه الدراسة تحليل محتوى الإنترنت بصورة عامة والإعلانات التي تبث علي المواقع الإلكترونية كجزء لا يتجزأ من تحليل محتوى الشبكة، وكان التركيز في التحليل علي ثلاثة أنواع من المواقع الإعلامية (اللياقة البدنية، والصحة، والأبوة والأمومة)، ووجد أن الإعلانات على الإنترنت جزء لا يتجزأ من وتتبع نفس الاتجاهات النمطية المستخدمة في الإعلانات المطبوعة والتلفزيونية، حيث كانت الأدوار النمطية التي تقلدها النساء في إعلانات الإنترنت يغلب عليها الأدوار التقليدية والأدوار الزخرفية، إلا أنه كان هناك إعلانات قليلة صورت المرأة في أدوار غير تقليدية، فضلاً عن وجود إعلان واحد من عينة التحليل قدمت امرأة بطريقة محايدة حيث لم يكن واضحاً وجود الصور النمطية.

- دراسة شركة **Eversave (2011)**:^(٢٦) والتي تهدف إلى التعرف على عادات وتجارب السيدات أثناء استخدام الفيس بوك على الفيسبوك، كشفت النتائج أن ٨٥٪ يتعرضن لمضايقات على الفيسبوك، فجاءت الشكوة بأكثر الأمور التي تزعج المستخدمين على الفيسبوك من صديقاتهم وأصدقائهم بنسبة ٦٣٪، ثم تبادل الآراء السياسية بنسبة (٤٢٪)، ثم التفاخر والادعاء بعيش حياة هادئة ومثالية بنسبة ٣٢٪، كما كشفت الدراسة أن (٩١٪) من النساء عبرن عن تقديرهن الكبير للدور الاجتماعي الكبير الذي يلعبه الفيسبوك في حياتهن وتحديداً إمكانية تبادل ومشاركة الفيديوهات والصور الخاصة بأصدقائهن.

- دراسة سالي عبد الواحد (٢٠١٠)^(٢٧): تسعى الدراسة إلى تحقيق هدف رئيسي هو التعرف على دور الصحافة الإسلامية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو قضايا

25- Stith, Danica. Unpublished M.A Thesis, 2011, Homemaker to Seductress: A Content Analysis of Gender Stereotypes in Online Embedded Advertisements, , (United States - Minnesota, Minnesota State University, Mankato), PP3-17.

26- <http://aitnews.com/2011/04/01/14468/>

٢٧- سالي أسامه عبد الواحد. «دور الصحافة الإسلامية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو قضايا المرأة»، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنيا: كلية الآداب. قسم الإعلام. ٢٠١٠).

المرأة، واعتمد الباحث على نظرية الاعتماد، وجاءت أبرز نتائج الدراسة علي النحو التالي جاءت التأثيرات المعرفية في مقدمة التأثيرات الناتجة عن تعرض المبحوثين للصحافة الإسلامية وفي معالجتها لقضايا المرأة عينة الدراسة ثم التأثيرات الوجدانية وأخيراً السلوكية.

- دراسة أسماء فتحي (٢٠١٠)^(٣٨): هدفت تلك الدراسة إلى التعرف على طبيعة المضامين المقدمة في المواقع والمنتديات النسائية ومدى تأثير نوع القائم بالاتصال على تلك المضامين، وجاءت أبرز النتائج على النحو التالي: هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين القائمين بالاتصال والقائمات وذلك لصالح القائمات بالاتصال في المضامين ذات الطابع النمطي بشكل عام في حين انتفتت المضامين المتعلقة بالعلاقات الزوجية، هناك اتفاق عام على ظهور المرأة في دور الأنثى وفي العديد من المواقف التي تعبر بأنها مهووسة بشئون الجمال والموضة.

- دراسة جوليا تويك (٢٠٠٨):^(٣٩) سعت الدراسة إلى معرفة مدركات الم.و.أ. غير المتزوجة للعنوسة في عصر الشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت، والتي أدت إلى ظهور واقع اجتماعي جديد، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها أن معظم السيدات غير المتزوجات يستخدمن مواقع الشبكات الاجتماعية ليكنّ على اتصال بالأصدقاء القدامى، ورغم ذلك فإن لديهن بعض التحفظات بشأن التعرف على أصدقاء جدد عبر الإنترنت، وأن نسبة ٧٥٪ من السيدات غير المتزوجات يستخدمن الشبكات الاجتماعية.

- تهدف دراسة حلمي ساري ٢٠٠٨^(٤٠) إلى معرفة التأثير الذي يحدثه الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الاجتماعية وتم تطبيقها على عينة قوامها ٤٧١ مفردة من الشباب، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: إن الذكور أكثر

٢٨- أسماء فتحي شعبان. «العلاقة بين النوع الاجتماعي واستخدام شبكة المعلومات الدولية- دراسة تحليلية ميدانية»، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، ٢٠١٠).

29-Julie Tweed, An Examination of Changing Perceptions of Singlehood, Master Thesis, East Tennessee State University, 2008

٣٠- حلمي خضر ساري: «تأثير الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الاجتماعية - دراسة ميدانية في المجتمع القطري»، مجلة جامعة دمشق، المجلد ٢٤، العدد الأول والثاني، (سوريا: جامعة دمشق، ٢٠٠٨)، ص ٢٩٥-٣٥١.

استخداماً للاتصال عبر الانترنت من الإناث وذلك بنسبة ٥٤% مقابل ٤٥,٢% من أهم استخدامات الشباب القطري للإنترنت في التعرف علي شباب من مختلف الفئات الاجتماعية والسياسية والثقافية في المجتمع العربي ، وكذلك تقليص المسافات بينهم وبين أسرهم ومعارفهم ، وإن كانت هذه الفائدة أوضح بين الشباب الذكور منها بين الشابات الإناث.

- دراسة إيتان (٢٠٠٧) ^(٣١): تستهدف الدراسة معرفة الفروق في التغطية الخيرية بين الخدمات الالكترونية والإخبارية في شبكة الإنترنت والصحف التقليدية بشأن وفاة فتاتين من فتيات المدارس من قبل مركبة عسكرية أمريكية، وتوصلت الدراسة إلي عدد من النتائج أهمها وجود اختلاف في الأطر الخيرية المستخدمة لمعالجة الأخبار المتعلقة بالحادثة محل الدراسة بين الخدمات الإخبارية الإلكترونية والخدمات الإخبارية بالصحف التقليدية، حيث أدت الخدمات الإخبارية الالكترونية دوراً هاماً في رصد ردود الأفعال بخصوص وفاة الفتاتين، كما قامت هذه النوعية من الأخبار بإطلاق أوصاف علي الخبر، ووصفتها بأنها خارجة عن حدود السيطرة الأمريكية.

- دراسة حنان إبراهيم (٢٠٠٦) ^(٣٢): سعت تلك الدراسة إلى قراءة وتحليل ما تعرضه المواقع الإلكترونية الإسلامية الخاصة بالمرأة من قضايا ، بهدف التعرف على أولويات الخطاب المقدم للمرأة المسلمة، ومدى اقتراب القضايا المطروحة من الواقع الاجتماعي، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج من أبرزها: أن الخطاب المطروح عموماً يركز على القضايا الثقافية، حيث بلغت نسبة القضايا الثقافية المعروضة ٤٣,٩% من مجمل القضايا التي عالجتها المواقع عينة الدراسة، وانخفضت نسبة القضايا السياسية لتبلغ ٦,٨%، فيما يتعلق بالقضايا الاجتماعية جاءت قضية الاختلاط بين الجنسين على رأس الأولويات على مستوى المواقع

31- Etan y.Alimi, The Dialectic of opportunities Threats & Temporality of Contention, Evidence from The occupied, Territories international political science review, Vol 28, no 1, 2007, pp101-123.

٣٢- حنان محمد عبد الحميد إبراهيم، «قضايا المرأة المسلمة على شبكة المعلومات الدولية» بحث مقدم في مؤتمر بعنوان "المرأة في مجتمعاتنا على ساحة أطر حضارية متباينة"، (جامعة عين شمس - كلية الآداب قسم علم الاجتماع مركز الدراسات المعرفي، خلال الفترة من ١٤-١٦ نوفمبر ٢٠٠٦).

الثالثة، بينما جاءت قضايا مهمة مثل العنوسة وتنظيم الأسرة وحقوق المرأة وقضايا الأحوال الشخصية في نسب متدنية جداً لا تتناسب مع أثرها الكبير على المجتمع، فيما يتعلق بالقضايا السياسية ظهرت قضية (المشاركة السياسية) من أكبر القضايا إثارة للجدل والاختلاف.

- دراسة فالوس (٢٠٠٥):^(٣٣) تهدف الدراسة إلى اختبار الفروق بين الذكور والإناث في استخدامات الإنترنت وآرائهم حول بعض القضايا المثارة تجاه الإنترنت من حيث تأثيره على الحالة النفسية للمستخدمين له، وكذلك تأثيره على العلاقات الاجتماعية بين الأفراد خاصة على مستوى نطاق الأسرة، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج الهامة، أبرزها ازدياد معدلات استخدام الإنترنت لدى الذكور والإناث على حد سواء كلما زاد دخل الأسرة، وكان ارتفاع معدلات الاستخدام للإنترنت يزداد بين المتزوجين أكثر من غير المتزوجين، وكذلك تزداد معدلات استخدام الإنترنت لدى الرجال والنساء الذين لديهم أطفال أقل من ١٨ عاماً مقارنة بهؤلاء الذين ليس لديهم أطفال، كما يتساوى الذكور والإناث في ممارسة نفس التطبيقات عبر الإنترنت بالترتيب فيما يلي: الرسائل الفورية- سماع الموسيقى- متابعة الأفلام- تبادل الملفات.

- دراسة شريف درويش (٢٠٠٥)^(٣٤): سعت هذه الدراسة إلى تحديد العوائق التي تقف حائلاً أمام استخدام المرأة العربية والإفريقية الكامل لتكنولوجيات الاتصال والمعلومات، والاستراتيجيات التي يجب تبنيها للتغلب على تلك العوائق وسبل تسهيل مشاركة المرأة في مجتمع المعلومات، وخلصت الدراسة إلى وجود عدد من المعوقات تواجه استخدام تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في الدول العربية والأفريقية خاصة والدول النامية بصفة عامة، وأهم هذه المعوقات هي الافتقار إلى بنية أساسية معلوماتية، وشيوع الأمية، وسيطرة اللغة الإنجليزية على شبكات المعلومات، والاستثمار المحدود في مجال تدريب النساء على الدخول إلى شبكات المعلومات، والتحاق المرأة المحدود بدورات تعلم أساسيات الكمبيوتر.

33- Fallows, D. "HOW Women and men use the internet", (U.S.A: Pew Internet & American life Project, 2005), pp 1-46.

٣٤- شريف درويش، «اتجاهات استخدام المرأة لتكنولوجيا الاتصال في عصر المعلومات»، بحث منشور في كتاب الإعلام والمرأة في عصر المعلومات، (القاهرة: الطوبجي للطباعة والنشر، ٢٠٠٥).

- دراسة ناعومي صقر (٢٠٠٤):^(٣٥) تمثل هدف الدراسة في التعرف على أهمية الإعلام كسلاح مؤثر في دفاع النساء عن حقوقهن وتقديم تفسيرات متنوعة الرؤي لقضايا المرأة لعموم المجتمع، حيث أن الصورة النمطية السلبية مع ضعف مشاركة النساء في العملية الإعلامية أسهما في تعزيز القيمة السلبية وهي اللا مساواة الشائعة بين الجنسين، وتوصلت الدراسة إلى أن صفحات المرأة على مواقع الإنترنت الإلكترونية تقع تحت سيطرة الذكور في العالم العربي، وأن استخدام المرأة العربية لهذه المواقع يتركز في الاستخدامات الاستهلاكية من حيث التسوق والشراء بالإضافة إلى الترفيه والتسلية.

استفادة الباحثة من نتائج الدراسات السابقة:

أولاً: الاستفادة المنهجية من الدراسات السابقة:

- التحديد الدقيق لمشكلة الدراسة وإتباع الإجراءات المنهجية الملاءمة لموضوع الدراسة من التمكن من تحديد المنهج المناسب للدراسة، والعينة المسحوبة من مجتمع الدراسة.

- المساعدة في صياغة التساؤلات الخاصة بالدراسة الميدانية.

- أسهمت الدراسات السابقة في تحديد الإطار النظري للدراسة والمتمثل في نظرية الاعتماد.

ثانياً: الاستفادة الموضوعية من الدراسات السابقة:

جاء من منطلق استفادة الباحثة من نتائج الدراسات السابقة التي أكدت علي أن مواقع التواصل الاجتماعي لم يكن هناك تراثاً علمياً زاخراً عند ربطه بمجال المرأة وقضاياها حيث كانت الدراسات في هذا المجال نادرة جداً وتأتي إما في إطار دراسة النوع الاجتماعي أو استخدامات الجمهور سواء كان الرجل أو المرأة للمواقع الاجتماعية وتأثيراتها عليهما، مما ساعد الباحثة في بلورة مشكلتها من حيث انتهى له الآخرون.

35- Naomi Sakr, Naomi Sakr, "Women and Media in the middle East: Power through Self-Expression", (London : AB Tawres ,Library of modern Middle East Studies, 2004), Avialable on: www.meenet.info/index.php.

وأكدت النتائج علي أن صفة التفاعلية والخصوصية والحميمة والقدرة علي التواصل وإنشاء علاقات بين الأفراد ساهمت بشكل كبير في انتشار مواقع التواصل الاجتماعي، مما دعم قناعة الباحثة بأهمية الدراسة في دراسة تأثير هذه المواقع الاجتماعية التي تتمتع بخصائص إيجابية لدي أفراد المجتمع المستخدمين لها ومنها المرأة في إكسابها معلومات معرفية عن قضاياها وحقوقها وحثها علي التحرك والمشاركة في مسيرة نضال المرأة المصرية التي لم تتوقف منذ أن بدأت قديماً في تسعينات القرن الماضي، كما اتفقت العديد من الدراسات علي وجود العديد من العقبات التي تقف امام المرأة لاستخدام التكنولوجيا الحديثة للاتصال وجاءت من أهمها الأمية والفقر والعادات والتقاليد.

سابعاً: تساؤلات وفروض الدراسة الميدانية:

- ما مدي تعرض المرأة المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما هي عادات المرأة المصرية عينة الدراسة في التعامل أو التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- دوافع التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما أكثر الوسائل الإعلامية التي تعتمد عليها المرأة في الحصول علي المعلومات المتعلقة بحقوقها؟ ومكانة مواقع التواصل الاجتماعي من بين هذه الوسائل الإعلامية؟
- ما نوعية الموضوعات والقضايا التي تقدم المرأة المصرية علي مطالعتها بالمواقع الاجتماعية؟
- ما هي تأثيرات الاعتماد علي مواقع التواصل الاجتماعي علي المرأة المصرية عينة الدراسة بخصوص التعامل مع حقوقها؟
- ما مدي المشاركة النسائية علي الصفحات التي تناقش قضايا المرأة المصرية وحقوقها؟ وأشكالها؟
- ما مدي إدراك المرأة المصرية لحقوقها؟

— اتجاهات المرأة نحو معالجة وتناول مواقع التواصل الاجتماعي للموضوعات الخاصة بحقوقها؟

فروض الدراسة الميدانية:

— توجد علاقة دالة إحصائياً بين معدل التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي ومستويات إدراك المرأة لحقوقها.

— توجد علاقة دالة إحصائية بين معدل التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي ودرجة الاعتماد عليها في الحصول على المعلومات المتعلقة بقضايا المرأة المصرية وحقوقها.

— توجد علاقة ارتباطية داله إحصائياً بين كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرات الاعتماد بخصوص قضايا المرأة وحقوقها.

— توجد علاقة ارتباطية داله إحصائياً بين كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي ودرجة الثقة في المعلومات المقدمة عن قضايا وحقوق المرأة المصرية

— توجد علاقة ارتباطية داله إحصائياً بين كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية للمرأة خلال تلك الفترة.

— هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين مستويات إدراك المرأة لحقوقها والعوامل الديموجرافية لعينة الدراسة.

ثامناً: الإجراءات المنهجية للدراسة:

ستتناول الباحثة في هذا الجزء تحديد نوع ومنهج الدراسة، وكذلك مجتمع الدراسة، وخصائص عينة الدراسة التحليلية المسحوبة من مجتمع الدراسة، وذلك على النحو التالي:

١. نوع الدراسة: تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث أو الدراسات الوصفية Descriptive Study التي تهتم بتصوير وتحليل وتقويم خصائص ظاهرة معينة كميّاً وكيفيّاً، وذلك بهدف الحصول علي معلومات دقيقة عن الظاهرة من حيث تركيبها وخصائصها والعوامل المؤثرة فيها.^(٣٦)

٣٦- محمد عبد الحميد، « البحث العلمي في الدراسات الإعلامية » (القاهرة: عالم الكتاب، ٢٠٠٠)،

٢. منهج الدراسة: تستخدم الباحثة منهج المسح Survey الذي يعد من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية خاصة البحوث الوصفية،⁽³⁷⁾ فيساعد هذا المنهج علي تقديم جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف للظاهرة الإعلامية⁽³⁸⁾، فهذه الدراسة تعتمد علي هذا المنهج لمسح رأي المرأة المصرية عينة الدراسة في تناول مواقع التواصل الاجتماعي لقضايا المرأة وحقوقها.

٣. مجتمع وعينة الدراسة: يعد مجتمع الدراسة هو المجتمع الإحصائي الذي يمثل تجمع معرف من الأشياء أو الأشخاص أو الحوادث، ويتمثل المجتمع هنا بجمهور المرأة المصرية من مختلف الأعمار والمستويات الاقتصادية الاجتماعية والتعليمية وغيره، لكن لكبر مجتمع الدراسة حيث أن المرأة المصرية تمثل نصف المجتمع، لجأت الباحثة إلي أسلوب العينة التي يتم سحبها من مجتمع الدراسة Sample، وبلغ حجم عينة الدراسة ٤٠٠ مفردة من المرأة المصرية التي تتعرض لمواقع التواصل الاجتماعي، وفيما يلي جدول يوضح خصائص عينة الدراسة الميدانية:

جدول رقم (٢)- يوضح خصائص وسمات عينة الدراسة الميدانية

المتغير	فئات المتغير	عدد المفردات	النسبة المئوية
السن	الشباب	٢٥٨	٦٤,٥
	النضج	٩٠	٢٢,٥
	كبار السن	٥٢	١٣
المتغير التعليمي	تعليم جامعي أساسي	١٨٧	٤٦,٨
	تعليم متوسط وفوق المتوسط	١٢٨	٣٤,٥
	تعليم فوق الجامعي (الدراسات العليا)	٥٠	١٢,٥

٣٧- سلمى طابع، بحوث الاعلام (القاهرة: دار النهضة العربية، ٢٠٠١)، ص ٢٥٦

٣٨- محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص ١٩٤-١٩٥

٦٧,٥	٢٧٠	من ١٠٠٠ جنيه إلى أقل من ٣٠٠٠ جنيه	الدخل الشهري
٢٠	٨٠	من ٣٠٠٠ جنيه إلى أقل من ٦٠٠٠ جنيه	
١٢,٥	٥٠	من ٦٠٠٠ جنيه فأكثر	
٧٨,٨	٣١٥	تمليك	نوع السكن
٢١,٣	٨٥	إيجار	
٥٦,٥	٢٢٦	نعم	عضوية النادي
٤٣,٥	١٧٤	لا	
٥٢,٧	١١٩	متوسط	مستوي النادي المشترك فيه عينة الدراسة ن=٢٢٦
٤١,٢	٩٣	ممتاز	
٦,١	١٤	متواضع	
٤٦,٦	١٨٦	لا تسافر	مدي السفر للخارج
٥٣,٥	٢١٤	تسافر	
٥٠	٢٠٠	منطقة راقية	طبيعة الحي الذي تسكن به
٥٠	٢٠٠	منطقة شعبية	

١- أداة جمع البيانات: قامت الباحثة بتصميم صحيفة الاستقصاء التي تعد تكتيك يستخدم في بحوث العلوم الاجتماعية منذ فترات طويلة ، ولها مصداقية عالية في الأوساط العلمية، حيث تستخدم لجمع بيانات متنوعة من العينة المختارة من مجتمع البحث عن طريق توجيه مجموعة أسئلة بهدف التعرف علي حقائق معينة أو وجهات نظر المبحوثين واتجاهاتهم ودوافعهم نحو شيء أو موضوع معين.

٢- متغيرات الدراسة:

جدول رقم (٣) يوضح متغيرات الدراسة

المتغير التابع	المتغيرات الوسيطة	المتغير المستقب
إدراك المرأة لحقوقها	مستويات التعرض كثافة الاعتماد العوامل الديموغرافية	استخدام المرأة لمواقع التواصل الاجتماعي

٣- إجراءات الصدق والثبات:

أولاً: الصدق الظاهري **Validity** : يعني صدق المقياس المستخدم ودقته في قياس المتغير النظري أو المفهوم الذي يرغب الباحث في قياسه،^(٣٩) وللتحقق من صدق المقياس المستخدم في الدراسة قامت الباحثة بعرض أداة جمع البيانات (صحيفة الاستقصاء) علي مجموعة من الخبراء والمتخصصين في مناهج البحث والإعلام وكذلك علماء في مجال الاجتماع.

ثانياً: اختبار الثبات: **Reliability** يقصد بالثبات تحقيق التوازن في نتائج الاستمارة عند إعادة تطبيق الاستمارة،^(٤٠) فبالنسبة للدراسة الميدانية قامت الباحثة بتطبيق اختبار الثبات علي عينة تمثل ١٠% من العينة الأصلية بعد تحكيم استمارة الاستقصاء ثم إعادة تطبيق الاختبار مرة ثانية علي عينة ٥% من المبحوثين بعد أسبوعين من الاختبار الأول.

٤- المعالجة الإحصائية للبيانات: تم الاستعانة ببرنامج «الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية والمعروف باسم SPSS لإدخال بيانات الدراسة الميدانية عليه بهدف استخراج نتائج الإحصائية الكمية واللجوء إلي المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية.

٣٩- فرج الكامل، بحوث الإعلام والرأي العام: تصميمها، وإجرائها، وتحليلها، ط١، (القاهرة: دار النشر للجامعات، ٢٠٠١) ص ١٣٤.

٤٠- عبد الهادي أحمد النجار، تقييم استخدام المقاييس الإحصائية في بحوث الإعلام، دراسة تطبيقية، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد السادس والعشرون، أكتوبر، ٢٠٠٦.

تاسعاً: نتائج الدراسة الميدانية:

أولاً: مدي تعرض المرأة المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي وعادات التعرض:

١- مدي تعرض المرأة المصرية لوسائل الإعلام:

جدول رقم (٤) يوضح مدي تعرض المرأة المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي

التعرض	ك	%
دائمًا	٢١٨	٥٤,٥
أحيانًا	١٥٠	٣٧,٥
نادرًا	٣٢	٨,٠
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

- يتضح من الجدول السابق أن المرأة المصرية عينة الدراسة تتعرض لمواقع التواصل بشكل منتظم وذلك بما يقارب نصف العينة بنسبة بلغت ٥٤,٥% وتتفق هذه النتيجة مع نتائج العديد من الدراسات والتي منها دراسة (نرمين زكريا خضر ٢٠٠٩م)^(٤١)، (محمود حمدي عبد القوي ٢٠٠٩)^(٤٢) والتي أثبتت ارتفاع نسبة استخدام الفيس بوك بين الشباب المصري وخاصة شباب الجامعات، كما تتفق أيضا مع إحصائيات مركز اتخاذ القرار بمجلس الوزراء ٢٠١١م « ينتشر استخدام الفيس بوك في مصر بين الشباب بصفه خاصة»^(٤٣)، تلاها نسبة ٣٧,٥% من عينة الدراسة التي تتعرض بشكل غير منتظم «أحيانا»، وأخيراً تتعرض نسبة ٨% من عينة الدراسة لوسائل الإعلام بشكل نادر وذلك لأن هذه الفئة ربما لديها وسائل إعلامية تعتمد عليها في التعرف علي المعلومات أو إشباع الحاجة للمعرفة من خلالها.

- ٤١- نرمين زكريا خضر. «الأثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية- دراسة علي مستخدمي مواقع الفيس بوك»، مراجع سابق، ص ٩٧٤.
- ٤٢- محمود حمدي عبد القوي. «دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدي الشباب، دراسة تطبيقية على الشبكات الاجتماعية الافتراضية، مرجع سابق، ص ١٥٧٨.
- ٤٣- مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار «الإعلام الإلكتروني في مصر ..الواقع والتحديات» تقرير شهري يصدر عن مركز المعلومات اتخاذ القرار- مجلس الوزراء المصري، السنة الرابعة، العدد ٣٨، ٢٠١٠ ص ٤.

٢- عدد أيام التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي في الأسبوع:

جدول رقم (٥) يوضح عدد أيام تعرض المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي

عدد الأيام	ك	٪
يوميًا	٢٢٥	٥٦,٣
من ثلاثة أيام إلى ستة أيام	١٣٣	٣٣,٣
أقل من ثلاثة أيام	٤٢	١٠,٥
مجموع	٤٠٠	١٠٠

- يتضح من نتائج الجدول السابق أن نسبة تعرض عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي ومتابعتها لتلك المواقع بشكل يومي جاءت في المرتبة الأولى بنسبة ٥٦,٣% مما يعكس أهمية تلك المواقع بالنسبة لعينة الدراسة ومدى اعتمادهم عليها للحصول على الأخبار والمعلومات اليومية، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة Cyr.D, Hassanein (٢٠٠٨) أن أكثر من ٥٠% يتصفحون صفحاتهم الشخصية علي الأقل مرة واحدة في اليوم^(٤٤)، كما تتفق أيضاً مع دراسة Start-er (٢٠٠٧) أن ٥٥% من المستخدمين يتصفح صفحاتهم الشخصية في موقع الفيس بوك مرة علي الأقل يومياً، ويحدثون بياناتهم الشخصية من مرة واحدة إلى ثلاث مرات في الأسبوع^(٤٥)... بينما نسبة التعرض من ثلاثة أيام إلى ستة أيام كانت بنسبة ٣٣,١%، ونسبة التعرض أقل من ثلاثة أيام كانت ٩,٧%.

44-Cyr.D, Hassanein .K ,Head .M & Ivanov.A “ The Role of Social Presence in Establishing Loyalty in e-Service Environments” In : Interacting With Computers .Vol.19,2008. pp.95-97

45- Starter .K, Richter, H. “ Examining privacy and disclosure in asocial Networking community” .Paper presented at the symposium on privacy and security .Pittsough, pA, july 2007

٣- عدد الساعات التي تقضيها المرأة المصرية في التعرض يومياً لمواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (٦) يوضح عدد الساعات التي تقضيها المرأة المصرية امام مواقع التواصل الاجتماعي

التعرض	ك	%
من ساعتين فأكثر	٢١٠	٥٢,٥
من ساعة إلى أقل	١٥٠	٣٧,٥
من ساعتين		
أقل من ساعة	٤٠	١٠,٠
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠,٠

- يتضح من البيانات الكمية السابقة أن المرأة المصرية عينة الدراسة تتعرض لوسائل الإعلام بشكل يومي من ساعتين لأكثر بما يقارب نصف العينة بنسبة بلغت ٥٢,٥%، تلاها نسبة ٣٧,٥% من عينة الدراسة التي تتعرض لوسائل الإعلام يومياً من ساعة إلى أقل من ساعتين، وأخيراً تتعرض نسبة ٨% من عينة الدراسة لوسائل الإعلام يومياً لأقل من ساعة وذلك لأن هذه الفئة ربما لديها مصادر غير إعلامية تخصص لها وقت أكثر في التعرض. وقد يرجع التزايد في تصفح تلك المواقع إلى التطور الذي طرأ على تكنولوجيا خدمات التلفون المحمول حيث يمكنه الدخول على الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي مثل (تويتر - والفيس بوك - اليوتيوب) والتطوير المستمر للمواقع الاجتماعية لتقديم أفضل الخدمات للمستخدمين عن طريق المحمول.

٤- الأماكن التي تتعرض المرأة المصرية فيها لمواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (٧) يوضح الأماكن التي تتعرض المبحوثات من خلالها لمواقع تواصل الاجتماعي

الأماكن	ك	%
في المنزل الذي أقيم به	٢٢٠	٥٥
العمل	١٢٠	٣٠
في منزل الأصدقاء	٤٥	١١,٣
الأماكن العامة	١٥	٣,٧
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول السابق أن عينة الدراسة من المرأة المصرية تتعرض لمواقع التواصل الاجتماعي في منزل إقامتهم بنسبة ٥٥٪، وكان بذلك في مقدمة الأماكن المفضلة، وتفسر هذه النتيجة بأن المرأة ربما تفضل التركيز في التعرض للمحتوي والحفاظ علي قدر أكبر من الخصوصية عند التعرض لأي محتوى في هذه المواقع، علاوة علي توافر عنصر الهدوء والحرية وعدم التقيد بالزمن في المنزل، وجاء التعرض للمواقع في العمل بالمرتبة الثانية وذلك بنسبة ٣٠٪، تلاه التعرض للمواقع بنسبة ١١,٣٪ في منازل الأصدقاء، وأخيراً في الأماكن العامة بنسبة ٣,٧٪.

٥- الفترة التي تفضل المرأة المصرية فيها عادة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (٨) يوضح الفترة التي تفضل المرأة المصرية فيها التعرض للمواقع

الفترة	ك	%
فترة السهرة ما بعد الساعة ١٠ مساءً	٣٧٦	٦٩
فترة المساء من الساعة ٥ الى ١٠ مساءً	٧٠	١٧,٥
فترة الظهيرة من الساعة ١٢ الى قبل الساعة ٥ مساءً	٣٢	٨
الفترة الصباحية قبل الساعة ١٢ ظهراً	٢٢	٥,٥
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول السابق أن عينة الدراسة من المرأة المصرية تتعرض للمواقع الاجتماعية بكثافة في فترة السهرة ما بعد الساعة ١٠ مساءً بنسبة ٦٩٪، تلاه بفارق كبير التعرض للمحطة في فترة المساء التي تبدأ من الساعة الخامسة إلي العاشرة مساءً وذلك بنسبة ١٧,٥٪، وجاء في المرتبة الثالثة تفضيل نسبة بسيطة من عينة الدراسة التعرض للمواقع في فترة الظهيرة من الساعة ١٢ ظهراً إلي الساعة قبل الخامسة مساءً وذلك بنسبة ٨٪، وأخيراً التعرض للمواقع في الفترة الصباحية وذلك بنسبة ٥,٥٪، وقد أثبتت العديد من الدراسات الأجنبية والعربية أن فترة المساء والسهرة أعلي الفترات تعرضاً لوسائل الإعلام بصورة عامة.

٦- مصادر معرفة المرأة المصرية عن مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (٩) مصادر معرفة المرأة المصرية عن مواقع التواصل الاجتماعي

مصدر المعرفة	ك	%
الأصدقاء	١٩٩	٤٢,٩
زملاء الدراسة	١٣٧	٢٩,٥
زملاء العمل	٥٧	١٢,٣
الأقارب	٥١	١١
بالصدفة	٢٠	٤,٣
مجموع الإجابات	٤٦٤	١٠٠

يتضح من الجدول السابق أن الأصدقاء المقربين للمرأة خارج إطار الدراسة كمصدر للمعرفة عن المواقع كان في مقدمة مصادر علم المرأة المصرية عينة الدراسة عنها وذلك بنسبة ٤٢,٩%، ثم جاء زملاء الدراسة في المرتبة الثانية من مصادر المعرفة، وذلك بنسبة ٢٩,٥%، وجاء في المرتبة الثالثة العلم عن طريق زملاء العمل وذلك بنسبة ١٢,٣%، في حين جاء مصدر الأقارب في المرتبة الرابعة بالنسبة للمرأة عينة الدراسة بنسبة ١١%، وأخيراً في المرتبة الخامسة جاء التعرف علي مواقع التواصل الاجتماعي بالصدفة من قبل نسبة ٤,٣% من عينة الدراسة .

وأثبتت الدراسات الاجتماعية أن الصحة تؤثر على سلوك الفرد في المجتمعات التي ينضبط فيها السلوك أو الالتزام بقواعد العلاقات الاجتماعية المتوافقة فالصحة عامل هام في النمو النفسي والاجتماعي حيث يجد الفرد مجموعة من الرفاق يتصل بهم ويقاربونه في العمر والميول ولذلك آثارها على السلوك وتشكيله وتوجيهه.

٧- أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي تتعرض لها المرأة المصرية:

جدول رقم (١٠) ترتيب مواقع التواصل الاجتماعي التي تتعرض لها المرأة المصرية عينة الدراسة في التعرف علي حقوقها

المواقع	ك	%
الفيس بوك	٣٣٥	٥١,١
يوتيوب	١٧٨	٢٧,١
تويتر	٥٤	٨,٢
الانستغرام	٦١	٩,٣
Hi 5	٢٨	٤,٣
الإجمالي	٦٥٦	١٠٠

- يتضح من الجدول السابق أن موقع الفيسبوك الأشهر استخداماً لدى أفراد عينة الدراسة من المرأة المصرية وهو اتفقا معها دراسة كلا من صالحة الدماري ٢٠١٠^(٤٦) وغادة مصطفى البطريق (٢٠١١)^(٤٧)، ثم يوتيوب في المرتبة الثانية كما اتفقت دراسة أشرف جلال (٢٠٠٩)^(٤٨) مع تلك النتيجة.

٤٦- صالحة الدماري. «الطلاب والشبكات الاجتماعية - دراسة ميدانية في استخدامات وإشباع طلاب كلية الفنون والإعلام للفيس بوك كشبكة اجتماعية» مدونه صالحة الدماري.

It is available at: alola.maktoobblog.com -

٤٧- غادة مصطفى أحمد محمد البطريق. « دور الإعلام الإلكتروني في دعم المشاركة السياسية في عصر العولمة الإعلامية : دراسة ميدانية علي أحداث ثورة مصر في ٢٥ يناير ٢٠١١م » ، بحث مقدم للمؤتمر الدولي الأول لقسم الاجتماع « العلوم الإنسانية والعولمة » ، (القاهرة : جامعة قناة السويس - كلية الآداب والعلوم الإنسانية ، قسم الإعلام ، الفترة من ٢٩-٣٠ مايو ٢٠١١م).

٤٨- أشرف جلال حسن ، أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالإنترنت ورسائل الفصائات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية دراسة شخصية مقارنة علي الشباب وأولياء الأمور في ضوء مدخل الإعلام البديل ، المؤتمر الدولي العلمي الأول ، الأسرة والإعلام وتحديات العصر ، ١٥-١٧ فبراير ٢٠٠٩ (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، ٢٠٠٩).

ثانيًا: دوافع تعرض المرأة لمواقع التواصل الاجتماعي وطبيعة الموضوعات التي تتعرضن لها:

١- دوافع التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (١١) يوضح نتائج مقياس دوافع تعرض المرأة لمواقع التواصل الاجتماعي

دوافع مرتفعة	١٨٣	٤٥,٨
دوافع متوسطة	١٥٤	٣٨,٥
دوافع منخفضة	٦٣	١٥,٨
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

- كشفت نتائج مقياس دوافع لاستخدام عينة الدراسة الميدانية لمواقع التواصل الاجتماعي، وتبين أن دوافع مرتفعة جاء في المقدمة ٤٥,٨ %، تلاه الدوافع المتوسطة بنسبة ٤٣,٣ %، وأخيراً دوافع المنخفضة ٦,٧ %، أما علي صعيد نتائج المقاييس الفرعية المكونة للمقياس العام، فجاءت النتائج علي النحو التالي:

أ- مقياس الدوافع النفعية لاستخدام المرأة لمواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (١٢) يعرض نتائج مقياس الدوافع النفعية لاستخدام المرأة لمواقع التواصل الاجتماعي

الدوافع	ك	%
دوافع نفعية مرتفعة	٢٢٢	٥٥,٥
دوافع نفعية متوسطة	١١٣	٢٨,٣
دوافع نفعية منخفضة	٦٥	١٦,٢
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

- كشفت نتائج مقياس الدوافع النفعية لاستخدام عينة الدراسة الميدانية لمواقع التواصل الاجتماعي، وتبين أن دوافع النفعية المتوسطة جاء في المقدمة ٦٧,٣ %، تلاه الدوافع النفعية المرتفعة بنسبة ١٧,٧ %، وأخيراً الدوافع النفعية المنخفضة ١٥ %، أما علي صعيد العبارات التي كونت هذا المقياس فجاءت أبرزها كما يلي:

— للتعرف على القضايا والموضوعات الخاصة بالحياة السياسية المصرية وذلك بوزن مرجح بلغ ٧٤,٣، و عبارة لزيادة معلوماتي حول قضايا وموضوعات مختلفة بلغ الوزن المرجح الخاص بها ٧١,٥.

ب- مقياس الدوافع الطقوسية لاستخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي

جدول رقم (١٣) يوضح نتائج مقياس الدوافع الطقوسية لاستخدام عينة الدراسة

لمواقع التواصل الاجتماعي

دوافع طقوسية متوسطة	١٩٥	٤٨,٨
دوافع طقوسية مرتفعة	١٤٤	٣٦
دوافع طقوسية منخفضة	٦١	١٥,٢
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

— كشفت نتائج مقياس الدوافع الطقوسية لاستخدام عينة الدراسة الميدانية لمواقع التواصل الاجتماعي، وتبين أن دوافع الطقوسية المتوسطة جاء في المقدمة ٤٨,٣٪، تلاه الدوافع الطقوسية المرتفعة بنسبة ٣١,٣٪، وأخيراً الدوافع الطقوسية المنخفضة ٢٠,٣٪، أما علي صعيد العبارات التي كونت هذا المقياس فجاءت كما يلي:

— تعودت الاطلاع على مواقع التواصل الاجتماعي بوزن مرجح بلغ ٨٦، لمجرد التسلية وملء وقت الفراغ بلغ الوزن المرجح الخاص بها ٦٣,٧، أما عبارة للتخلص من حالة الملل التي أمر بها جاءت بوزن مرجح ٥٩,٧.

٢- طبيعة الموضوعات التي يتم تصفحها علي مواقع التواصل الاجتماعي من قبل المرأة المصرية عينة الدراسة:

جدول رقم (١٤) طبيعة الموضوعات التي يتم تصفحها علي مواقع التواصل الاجتماعي من قبل المرأة المصرية

الموضوعات ^٢	ك	%
الاهتمامات التقليدية للمرأة (الديكور المنزلي- الأثاث- الملابس)	٣٥٨	١٩,٣
القضايا السياسية	٣١٠	١٦,٧
العلاقات الزوجية	٢٩٥	١٦
تربية الأبناء	٢٤٢	١٣
صحة المرأة	٢٣٠	١١,٨
الفن والفنانات	١٨٠	٩,٧
اخبار المرأة والدستور الجديد	١٥٠	٨,١
الأحداث الطارئة التي تتعرض لها المرأة مجتمعياً	٦٥	٣,٥
اخبار الجمعيات الأهلية للمرأة	٣٥	١,٩
الإجمالي	١٨٥٥	١٠٠

يتضح من الجدول السابق أن الصفحات والمجموعات التي تهتم المرأة بالاطلاع عليها أثناء تواجدها أمام مواقع التواصل الاجتماعي الصفحات الخاصة بالاهتمامات التقليدية للمرأة وذلك بنسبة ١٩,٣% لتكون بذلك هذه القضية في صدارة الموضوعات التي تهتم بها عينة الدراسة، تليها في المرتبة الثانية موضوع العلاقات الزوجية بنسبة ١٦,٧%، وكانت أقل الموضوعات التي تتعرض لها المرأة المصرية علي مواقع التواصل الاجتماعي هي الأحداث التي تتعرض لها المرأة المصرية فعلياً علي أرض الواقع وذلك بنسبة ٣,٥%، حيث مؤخراً في الفترة الأخيرة تعرضت المرأة المصرية لظاهرة التحرش الجنسي المنظم خاصة أثناء نزولها للميادين للتظاهر السلمي أو أثناء السير الآمن، ولم يحدث أي تحرك حكومي يوازي حجم خطورة هذه الظاهرة لمنعها، وأخيراً نجد أن نسبة ١,٩% من عينة الدراسة تتعرض لما يخص الجمعيات الأهلية والمهتمة بشئون المرأة، وعند ملاحظة مواقع التواصل

الاجتماعي وجدت الباحثة أن أغلب المضمون الموجه للمرأة هو المضمون الخاص بالاهتمامات التقليدية حيث لازالت الرؤية النمطية والتقليدية تجاه المرأة هي المسيطرة على بيئة الإعلام وتطرقت أيضاً لتصل إلى بيئة الإعلام الجديد مواقع التواصل الاجتماعي، فعلى الرغم من ظهور المرأة العصرية العاملة والمبدعة إلا أن هذا لم يحدث بالشكل المطلوب حيث ظهرت هذه الصورة وبنسبة ضئيلة ضاعت في وسط الصور المتعددة للمرأة، فمازالت موضوعات المرأة والجريمة والتي تركز على صورة المرأة الخائنة والقاتلة والعاشقة كما تقوم بتكريس مفهوم الصراع بين الرجل والمرأة في إطار الأسرة وتكريس فكرة أن المرأة هي سبب الصراع وأن الرجل هو الفاعل داخل الأسرة.

ثالثاً: مدى اهتمام المرأة المصرية عينة الدراسة بموضوعات حقوق المرأة ومصادر معرفتها بتلك الحقوق:

١- أكدت المبحوثات على حرصهن الشديد واهتمامهن بالتعرف على حقوقهن مؤكدين أن هناك العديد من العادات والتقاليد التي تحول دون حصول المرأة على حقوقها بشكل كامل، والتي من أهمها النظرة الدونية للمرأة وتأکید أنها الكائن الذي عليه أن يقوم بالواجبات المنزلية فقط.

٢- ترتيب وسائل الإعلام من قبل المرأة عينة الدراسة التي تتعرف من خلالها على حقوقها:

جدول رقم (١٥) ترتيب الوسائل الإعلامية التي تتعرف المرأة من خلالها على حقوقها

وسائط الإعلام	الترتيب
القنوات الفضائية التلفزيونية	١
المواقع الالكترونية	٢
مواقع التواصل الاجتماعي	٣
المجلات	٤
الصحف	٥
الراديو	٦
التلفزيون العادي (قنوات أرضية)	٧

يتضح من الجدول السابق أن القنوات التلفزيونية الفضائية احتلت المرتبة الأولى من حيث تعرف المرأة المصرية من خلالها علي حقوقها والأحداث والمناسبات المرتبطة بالمرأة المصرية، تلاها في الترتيب المواقع الالكترونية حيث توجد مواقع الكترونية ضخمة معلوماتياً تناقش قضايا حقوق المرأة المصرية والعربية والعالمية، علاوة علي مواقع المنظمات الدولية والعربية والمصرية الناشطة في مجال حقوق المرأة والتي تسعى بها المرأة المصرية في التعرف علي قضاياها ومدي اهتمام الدولة برعاية حقوقها، ثم مواقع التواصل الاجتماعي، التي انتشر استخدامها مؤخراً، والتي يمكن بها للأفراد العاديين تخصيص صفحات لمناقشة أي قضية ومنها قضايا المرأة وحقوقها، وكذلك تخصيص صفحات أو إنشاء مجموعات لأجل مناقشة قضية أو حدث مرتبط بالمرأة، علاوة علي أن المواقع الإلكترونية الكبرى وكذلك القنوات الفضائية التلفزيونية استعانت بمواقع التواصل الاجتماعي في الانتشار، حيث خصصت هذه القنوات والمواقع الإلكترونية لذاتها صفحات علي مواقع التواصل الاجتماعي وخصوصاً الفيسبوك والتويتر، بهدف الانتشار والتعرف علي رأي الجمهور من خلال تعليقاتهم في صفحاتهم، وكانت أقل المصادر الإعلامية التي تعتمد عليها المرأة المصرية عينة الدراسة في التعرف علي حقوقها هي كل من الراديو ثم قنوات التلفزيون الأرضي، وهي النتيجة التي تتفق مع ما توصلت له كل من دراستي (برنت نزيه) ^(٤٩) و(صفا فوزي) ^(٥٠) أن هناك وسائل إعلامية مثل التلفزيون والإنترنت تحظى بمعدل اهتمام وانتباه أعلى عن باقي الوسائل الإعلامية الأخرى، وكذلك تحظى وسيلتي التلفزيون والإنترنت بمعدل تركيز أعلى أثناء التفاعل، وربما يعزو ذلك لتكامل عناصر التأثير في هذه الوسائل من حيث تكامل عناصر الصورة والصوت وإمكانية معرفة رد الفعل، وغيره، حيث أثبتت هاتين الدراستين تراجع وسيلة الراديو أيضاً.

٤٩- برنت نزيه قابيل، تأثير سمات الشخصية على الأنشطة الاتصالية: دراسة تطبيقية على عينة من الشباب، رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٢).

٥٠- صفا فوزي علي محمد عبد الله، علاقة الطفل المصري بوسائل الاتصال الالكترونية: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: كلية إعلام، ٢٠٠٣).

رابعاً: مواقع التواصل الاجتماعي وحقوق المرأة:

١- درجة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات عن قضايا حقوق المرأة المصرية:

جدول رقم (١٦)

درجة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات عن قضايا حقوق المرأة المصرية

درجة الاعتماد	ك	%
اعتبره مصدر أساسي للمعلومات	٢٠٦	٥١,٥
اعتبره مصدر ثانوي للمعلومات	١٠٤	٢٦
يصعب التحديد	٩٠	٢٢,٥
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول الكمي السابق أن المرأة المصرية تعتبر المعلومات المنشورة عن قضايا حقوقها على مواقع التواصل الاجتماعي بما يقارب النصف مصدراً أساسياً بالنسبة لها للمعرفة وذلك بنسبة ٥١,٥%، ثم جاء اعتبار نسبة ٢٦% من عينة الدراسة هذه المواقع الاجتماعية مصدراً ثانوياً للمعرفة عن قضايا حقوق المرأة المصرية، وجاء في المرتبة الثالثة والأخيرة نسبة ٢٢,٥% من المرأة المصرية التي يصعب عليهن تحديد مدى اعتمادهن على المعلومات المنشورة في مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعرفة، وقد يرجع عدم قدرتهم على التحديد إلى تعرضهم إلى العديد من الوسائل والجدير بالذكر أن من بين تلك العينة التي لا يمكنها التحديد ظهرت الحاصلات على الماجستير والدكتوراه وقدر يرجع ذلك إلى زيادة أفقهم واطلاعهم المستمر.

٢- مدى رضا المرأة عن الموضوعات الخاصة بحقوق المرأة بمواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (١٧) يوضح مدى رضا عينة الدراسة التعرف على حقوقها

مدي الرضا	ك	%
راضية	٢٥٠	٦٢,٥
إلى حد ما	١٠٢	٢٥,٥
غير راضية	٤٨	١٢
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

يتضح من الإجابات السابقة أن عينة الدراسة راضية عن المعالجات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي عن حقوق المرأة وذلك بنسبة ٦٢,٥%، وأن نسبة ١٢% من عينة الدراسة غير راضيات عن تلك المعالجة، وقد ترجع حالة عدم الرضا التي تنتاب المرأة في ذلك الإطار ناتج عن سطحية تلك المعالجات بالإضافة إلى موسميتها.

١- المشاركة على الموضوعات الخاصة بحقوق المرأة:

أكدت النتائج الكمية للدراسة حرص غالبية أفراد عينة الدراسة علي التعبير عن رأيهم والمشاركة بشكل فعال على مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما يتفق مع الرأي^(٥١) بأن الإعلام البديل يعطي الأشخاص العاديين فرصة إسماع أصواتهم وتحمل مسئولية توزيع أيديولوجياتهم وتمثيلاتهم، ويمكن من خلال الإعلام البديل مناقشة الموضوعات التي تعتبر مناسبة للمجتمع وبواسطة أفراد من المجتمع، وبالتالي من الممكن لأي تجمعات اجتماعية من التعبير عن آراءها والتعبير عن ذاتها مما يقوي ذاتها الداخلية في تفاعلها مع العالم الخارجي.

٥١- أولجا جوديس بيلي، بارت كاميرتس، نيكو كارينتر، ترجمة علا أحمد إصلاح، فهم الإعلام البديل، ط ١ (مجموعة النيل العربية: مؤسسة محمد بن راشد آل مكتوب، ٢٠٠٩). ص ٤٠.

جدول رقم (١٨) يوضح أشكال المشاركة

أشكال المشاركة	ك	٪
التعليق بالرأي	٢٥٠	٣٨,٣
المشاركة في كافة الصفحات المعبرة عن الرأي الخاص بي	١٢٠	١٨,٤
تحميل مواد تساند رأي على الصفحة	١٠٠	١٥,٣
إنشاء صفحة خاصة بي للتعليق وللاستقبال التعليقات الأخرى	٧٠	١٠,٧
إنشاء مجموعة وأعرب من خلالها عن الرأي الخاص بي	٦٥	٩,٩
إبداء الموافقة أو المعارضة دون التعليق	٤٨	٧,٤
مجموع الإجابات	٦٥٣ ^{٥٢}	١٠٠

يتضح من الجدول السابق تنوع طرق المشاركة التي تتبعها عينة الدراسة، حيث جاء في مقدمتها التعليق بالرأي بكافة الموضوعات المثارة سواء كان الرأي مؤيد أو معارض وذلك بنسبة ٣٨٪ تلاها في المرتبة الثانية المشاركة في كافة الصفحات المعبرة عن الرأي وذلك بنسبة ١٨,٤٪، وأخيراً إبداء الموافقة أو المعارضة دون تعليق و التفسير لوجهة النظر وذلك بنسبة ٧,٤٪ من عينة الدراسة. وفي هذا السياق ترى الباحثة أن جمهور المرأة المصرية المتعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي ناشطاً و معتداً برأيه و شخصيته وقدرتها على رسم وتشكيل سير الأحداث المجتمعية ، وهو الرأي الذي يتفق مع رأى العالم كيلنر بأن الجمهور ينبغي الا يكون ناقداً لوسائل الاعلام وخطاباتها فحسب ، بل ينبغي له ايضا ان يستخدم وسائل الاعلام بوصفها أشكالاً للتعبير عن الذات و النشاط الاجتماعي.^(٥٢)

خامساً: تأثيرات الاعتماد علي مواقع التواصل الاجتماعي علي المرأة المصرية عينة الدراسة بخصوص التعامل مع حقوقها:

أ- مقياس التأثيرات المعرفية لاعتماد المبحوثات على مواقع التواصل الاجتماعي: يكشف هذا المقياس التأثيرات المعرفية، بمعنى التأثير على المعلومات المكتسبة من التعرض عن ما تعالجه تلك المواقع من قضايا وموضوعات خاصة بالمرأة وحقوقها، ويوضح الجدول التالي نتائج مقياس التأثيرات المعرفية:

٥٢- أحمد بن راشد بن سعيد، الإعلام والجمهور النشط: من مقاومة السائد إلي إنتاج البديل، في: المؤتمر العلمي الرابع لشعبة علوم الإعلام بعنوان وسائل الإعلام الجديدة وآفاق المستقبل، الأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام، يومي ٢٠-٢١ مايو ٢٠٠٨، ص ١٦٤.

جدول رقم (١٩) يوضح نتائج مقياس التأثيرات المعرفية

المستوى	ك	٪
مرتفع	١٩٠	٤٧,٥
متوسط	١٥٦	٣٩
منخفض	٥٤	١٣,٥
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

يتضح الجدول السابق عن نتائج مقياس التأثيرات المعرفية من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة الميدانية، وتبين أن المستوي المرتفع جاء في المقدمة بنسبة ٤٧,٥٪، تلاه المستوي المتوسط بنسبة ٣٩٪، وأخيراً المستوي المنخفض بنسبة ٥,٣٪، أما علي صعيد العبارات التي كونت هذا المقياس فجاءت كما يلي: مواقع التواصل الاجتماعي زودت معلوماتي عن قضايا المرأة وحقوقها في حياة كريمة وبوزن مرجح ٦٨,٣، استطعت تقييم مواد الدستور الخاصة بالمرأة بناء على الآراء التي تعرضها مواقع التواصل الاجتماعي: بوزن مرجح ٥٨,١، مواقع التواصل الاجتماعي اتاحت لي الفرصة للتعرف على قضايا وحقوق المرأة المسكوت عنها في المجتمع المصري ووسائل الإعلام الأخرى بوزن مرجح ٥٢,٥.

ب- مقياس التأثيرات الوجدانية لاعتماد المبحوثات على مواقع التواصل الاجتماعي : يكشف هذا المقياس التأثيرات الوجدانية أي تأثير التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي على مشاعر المبحوثات نحو قضاياها وحقوقها، ويوضح الجدول التالي نتائج مقياس التأثيرات الوجدانية كما يلي:

جدول رقم (٢٠) نتائج مقياس التأثيرات الوجدانية للتعرض لمواقع التواصل الاجتماعي

المستوى	ك	٪
مرتفع	١٩٨	٤٩,٥
متوسط	١١٤	٢٨,٥
منخفض	٨٨	٢٢,٠
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

يكشف الجدول السابق عن نتائج مقياس التأثيرات الوجدانية من اعتماد المبحوثات على مواقع التواصل الاجتماعي للتعرف على حقوقهن، وتبين أن المستوى المرتفع جاء في المقدمة بنسبة ٤٩,٥٪، تلاه المستوى المتوسط بنسبة ٢٨,٥٪، وأخيراً المستوى المنخفض بنسبة ٢٢٪، أما على صعيد العبارات التي كونت هذا المقياس فجاءت كما يلي: قمت بدعوة صديقاتي لتصفح الصفحات التي تتناول قضايا المرأة وحقوقها بوزن مرجح ٦٠,٨، بعد متابعتي لموضوعات وحقوق المرأة من خلال تلك المواقع أصبحت أكثر إيجابية نحو ناصرة حقوق المرأة بوزن مرجح ٥٢,٧.

ت- مقياس التأثيرات السلوكية لاعتماد المبحوثات على مواقع التواصل الاجتماعي: يكشف هذا المقياس التأثيرات السلوكية للعينة نتيجة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كما يلي:

جدول رقم (٢١) نتائج مقياس التأثيرات السلوكية للتعرض لمواقع التواصل الاجتماعي

المستوى	ك	%
مرتفع	١٩٦	٤٩,٥
متوسط	١٤٤	٣٦,٥
منخفض	٦٠	١٥,٥
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

يكشف الجدول السابق عن نتائج مقياس التأثيرات السلوكية من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة الميدانية، وتبين أن المستوى المرتفع جاء في المقدمة بنسبة ٤٩٪، تلاه المستوى المتوسط بنسبة ٣٦٪، وأخيراً المستوى المنخفض بنسبة ١٥٪، أما على صعيد العبارات التي كونت هذا المقياس فجاءت كما يلي: اشارك في الندوات والمؤتمرات التي تنادي بحقوق المرأة بوزن مرجح ٦٦، أما عبارة ذهبت للمشاركة في أحداث ٣٠ يونيو والتصويت على الدستور بوزن مرجح ٦٠,٨. وعبارة قررت المشاركة في جمعيات حقوق الانسان والجمعيات المناهضة لحقوق المرأة بوزن مرجح ٥٢,٧.

سادساً: رؤية المرأة المصرية لحقوقها:

١- حصول المرأة على حقوقها في الحياة اليومية:

- كشفت النتائج الكمية أن هناك ٥٤% من عينة الدراسة مؤكدين على عدم حصول المرأة المصرية على حقوقها في الحياة اليومية الواقعية حتى الآن مرجعين ذلك إلى العادات والتقاليد في المقام الأول والنظرة الدونية للمرأة وعدم المساواة بين الرجل والمرأة في كافة مستويات الحياة، وزيادة نسبة الأمية والمرض بين السيدات، وفي سياق متصل أكدت ٦٦% من المبحوثات أن لديهن نظرة تفاؤلية للمستقبل خاصة بوضع المرأة في المجتمع في ظل الدستور الجديد والذي قد يعيد للمرأة بعض من حقوقها تحديداً الحق في ممارسة العمل السياسي والقيادي بشكل خاص.

٢- وعي المرأة بحقوقها بعد التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي:

- كونت الباحثة مقياس مكون من عدد عبارات تنوعت بين حقوق المرأة الاجتماعية والصحية وحق المرأة في المشاركة العامة والمشاركة السياسية بجانب الحق في العمل والتعليم وجاءت نتيجة المقياس على النحو التالي:

جدول رقم (٢٢) نتائج مقياس وعي المرأة

المستوى	ك	%
مرتفع	١٨٩	٤٧,٣
متوسط	١٤٣	٣٥,٧
منخفض	٦٨	١٧
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

يكشف الجدول السابق عن نتائج مقياس وعي المرأة بحقوقها ، وتبين أن المستوي المرتفع جاء في المقدمة بنسبة ٤٧,٣%، تلاه المستوي المتوسط بنسبة ٣٥,٧%، وأخيراً المستوي المنخفض بنسبة ١٧%، أما علي صعيد العبارات التي كونت هذا المقياس والمقاييس الفرعية فنجد ارتفاع في وعي المرأة السياسي وحقوقها في المشاركة السياسية، حيث أكدت العديد من المبحوثات على مشاركتهم في أحداث ٣٠ يونيو وأيضاً مشاركتهم في الاستفتاء الدستوري، كما عكست النتائج إلى إدراك

المرأة للعديد من الجوانب الخاصة بالحقوق الاجتماعية ورفضها للعنف الأسري وضرب الزوجات والتحرش الذي زاد في الشوارع خلال الفترة الأخيرة، كما أن هناك ضعف في وعي المرأة في حقوقها القانونية وخاصة نجد أنها ليست على دراية كافية بقانون الأحوال الشخصية وما يحمله من مميزات لها، وهذا ما اتفقت معه دراسة رغدة عيسى (٢٠٠٥)^(٥٣).

سابعاً: قضايا المرأة ومعالجة مواقع التواصل الاجتماعي لها:

١- مشكلات المرأة كما تراها عينة الدراسة:

تتعدد المشكلات التي تواجه المرأة المصرية من وجهة عينة الدراسة ، ويأتي في مقدمتها ضعف المشاركة السياسية الفعالة للمرأة وذلك من خلال تولي المناصب السياسية والقيادية في البلد حيث أكدت ٧٠% من المبحوثات على ذلك، بينما رأى الجانب الآخر أن بعد ثورة ٣٠ يونيو أصبح للمرأة مشاركة سياسية فعالة... هذا وقد تمثلت المشكلة الثانية التي تواجه المرأة المصرية في حياتها اليومية خاصة بالعنف الموجه ضد المرأة حيث أكدت ٦٦% من المبحوثات أنهن يتعرضن للعنف بشكل يومي سواء عنف بدني من ضرب وتحرش في المنزل أو العمل من قبل الرؤساء أو لفظي، وظهرت مشكلة النظرة السلبية والتمييز للمرأة من قبل المجتمع كإحدى المشكلات التي واجهت المبحوثات وذلك بنسبة ٦٢% منهن، أما ضعف وعي المرأة بحقوقها الشرعية والقانونية جاءت كإحدى المشكلات التي تعاني منها ٥٨% من المبحوثات، ومشكلات العمل والتمييز لصالح الرجال ٥٥% من السيدات أكدن عليها وهناك بعض الحالات التي أكدن أن التمييز في العمل لصالح الرجال يتضح أكثر في منح أسرته التكافل الصحي دون حصول المرأة على هذا الحق، وفي النهاية المشكلات الخاصة بتعدد أدوار المرأة والتبعية الاقتصادية بنسبة ٤٠% لكلاً منهما، وقد اتفقت مع تلك النتيجة العديد من الدراسات منها دراسة سهام نصار، (٢٠٠٢)^(٥٤).

٥٣- رغدة عيسى، العوامل المؤثرة على القيادات الإعلامية النسائية باتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري وانعكاسها على التخطيط الإعلامي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٤.

٥٤- سهام نصار: استخدامات المرأة المصرية للمجلات النسائية والإشباع المتحققة منها، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد الأول (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٢) ص ٢٣١- ص ٣٠٤.

٢- قضايا المرأة التي تتطرق لها مواقع التواصل الاجتماعي وطرق معالجتها:

رأت المبحوثات أن هناك العديد من قضايا المرأة التي تتطرق لها مواقع التواصل الاجتماعي وجاءت على رأسها القضايا الاجتماعية من حب وزواج ومشكلات زوجية وعلاقات زوجية وأسرية وذلك بنسبة ٣٥,٥٪ من ضمن القضايا التي أكدت المبحوثات على معالجتها من قبل مواقع التواصل الاجتماعي، وتلاتها قضايا المشاركة السياسية للمرأة وأهميته والدور الفعال الذي تلعبه المرأة المصرية في الحياة السياسية وخاصة بعد ثورة ٣٠ يونيو بنسبة ٣٣٪ من القضايا التي تعالجها المواقع، بينما تراجعت الموضوعات الخاصة بالتعليم والقانون والتشريعات، ومن جانب آخر أكدت ٥٨٪ من المبحوثات أن مازال هناك تنميط لصورة المرأة في وسائل الإعلام حيث وصل إلى تلك المواقع حيث دائماً تضعها المواقع في قوالب المرأة الخائنة والمثيرة والجذابة، واتفقت تلك النتيجة مع نتائج تقارير وحدة الرصد الإعلامي بالمجلس القومي للمرأة وأيضاً العديد من الدراسات الأكاديمية والتي خلصت على تصدر القضايا الاجتماعية في مقدمة أولويات اهتمام وسائل الإعلام (صحافة - سينما - إذاعة وتلفزيون) وتراجعت القضايا التقليدية... كما ازداد اهتمام وسائل الإعلام بتأييد المشاركة السياسية للمرأة ودعوتها للإدلاء بصوتها والترشح للبرلمان والمجالس المحلية كذلك يوجد ارتباط إيجابي بين التعرض لوسائل الاعلام والاتجاه نحو المشاركة السياسية للمرأة.

٣- طرق واساليب معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لموضوعات المرأة وحقوقها:

جدول رقم (٢٣) طرق واساليب المعالجة

نمط المعالجة	ك	٪
عرض جميع جوانب القضية وتقديم حلول لها	١٦٩	٤٢,٣
عرض الجوانب الإيجابية فقط	٩٩	٢٤,٨
عرض الجوانب السلبية دون حلول	٦٤	١٦,٠
عرض الجوانب السلبية وتقديم حلول	٤٨	١٢,٠
عرض معلومات وأرقام فقط دون رأي	٢٠	٥,٠
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

يكشف الجدول السابق عن أن رأي المبحوثات في معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لموضوعات وقضايا المرأة حيث أكدت ٤٣,٣% من المبحوثات أن تلك المواقع عالجت قضايا المرأة بشكل فعال فعند قراءة الجدول السابق بعين أخرى نجد أن هناك ما يقرب من ٥٥% من المبحوثات أكدن على محاولة تقديم العديد من الحلول لمشكلات وقضايا المرأة المصرية من خلال المعالجات الإعلامية لمواقع التواصل الاجتماعي لقضاياها، مما يعني محاولات العديد من الأفراد الوصول لحلولا لمشكلات المرأة سواء من خلال دعمها ومساندتها ومناصرة لحقوقها أو من خلال عرض تلك المشكلات وانتظار الحلول من المشاركين والمتفاعلين مع تلك المواقع.

ثامنا : نتائج فروض الدراسة الميدانية

الفرض الرئيسي الاول

توجد علاقة دالة احصائيا بين معدل التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي و مستويات ادراك المرأة لحقوقها ، و لاختبار صحة هذا الفرض تم استخدام معامل الارتباط بيرسون لبيان نوع العلاقة وشدها و الذي يوضحه الجدول التالي :

جدول رقم (٢٤) يوضح العلاقة بين معدل التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي

وإدراك المبحوثات لحقوقهن

معدل التعرض	قيمة معامل ارتباط بيرسون	مستوى المعنوية
إدراك المرأة لحقوقها	٠,٣٧٥	٠,٠٠٠

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

يتضح من اختبار الفرض احصائيا ثبوت صحة الفرض القائل بوجود علاقة دالة احصائيا بين معدل التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي و ادراك المرأة لحقوقها وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) و كانت قيمة معامل ارتباط بيرسون (٠,٣٧٥) ويكشف قيمة المعامل وجود علاقة متوسطة القوة، مما يعنى أنه كلما زاد معدل التعرض كلما زاد ادراك المرأة لحقوقها ، و أن أكثر الحقوق التي اثرت عليها هي الحقوق السياسية .

الفرض الرئيسي الثاني:

توجد علاقة دالة احصائية بين معدل التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي ودرجة الاعتماد عليها في الحصول على المعلومات المتعلقة بقضايا المرأة المصرية وحقوقها. ولاختبار صحة هذا الفرض تم استخدام معامل الارتباط بيرسون لبيان نوع العلاقة وشدتها والذي يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (٢٥) يوضح العلاقة بين معدل التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي و درجة الاعتماد عليها في الحصول على المعلومات المتعلقة بقضايا المرأة المصرية و حقوقها.

معدل التعرض	قيمة معامل الارتباط سبيرمان	مستوى المعنوية
درجة الاعتماد	٠,٦٨٣	٠,٠٠٠

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

يتضح من اختبار الفرض احصائيا وجود علاقة دالة احصائية بين معدلات التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي واعتماد المرأة عليها كمصدر للمعلومات عن قضايا المرأة وحقوقها، وذلك عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠ وكانت قيمة معامل سبيرمان ٠,٦٨٣ ويكشف قيمة المعامل قوة العلاقة، مما يعنى أن معدلات التعرض لها تأثير على مستوى المعلومات التي تجمعها عينة الدراسة عن الموضوعات المتعلقة بالمرأة وتحديد حقوقها الزوجية ترتفع معدلات متابعتها

الفرض الرئيسي الثالث:

توجد علاقة ارتباطية دالة احصائية بين كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرات الاعتماد بخصوص قضايا المرأة وحقوقها ولاختبار مدى صحة هذا الفرض تم استخدام اختبار بيرسون الذى يوضحها الجدول التالي:

جدول رقم (٢٦) اختبار بيرسون لدلالة العلاقة الارتباطية بين كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي و تأثيرات هذا الاعتماد بخصوص حقوق المرأة المصرية

كثافة الاعتماد		التأثير
مستوى المعنوية	قيمة بيرسون	
٠,٠٠٦	٠,٤٣٣	تأثير معرفي
٠,٠٠٣	٠,٥٠٩	تأثير وجداني
٠,٠٠٩	٠,٧٨١	تأثير سلوكي

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

أظهر معامل الارتباط بيرسون وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين كثافة الاعتماد و تأثيرات الاعتماد ، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ٠,٤٣٣ عند مستوى معنوية ٠,٠٠٦ وهى علاقة طردية متوسطة القوة ، أي كلما زاد كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي زاد تأثيرها على الجانب المعرفي لدى أفراد العينة، و كذلك وجود علاقة بين كثافة الاعتماد و بين التأثير الوجداني، حيث بلغ معامل بيرسون ٠,٥٠٩ عند مستوى معنوية ٠,٠٠٣ وهى علاقة طردية متوسطة القوة ، أي كلما زاد كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي زاد تأثيرها على الجانب الوجداني لدى أفراد عينة الدراسة في حين اثبت معامل الارتباط عن وجود علاقة بين كثافة الاعتماد و بين التأثير السلوكي ، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ٠,٧٨١ عند مستوى معنوية ٠,٠٠٩ وهى علاقة طردية شديدة القوة ، أي كلما زادت كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي زاد تأثيرها على الجانب السلوكي لدى لأفراد عينة الدراسة من المرأة المصرية .

الفرض الرئيسي الرابع

توجد علاقة ارتباطية دالة احصائية بين كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي ودرجة الثقة في المعلومات المقدمة عن قضايا وحقوق المرأة المصرية ولاختبار مدى صحة الفرض تم استخدام اختبار كا ٢ الذى يوضحها الجدول التالي:

جدول رقم (٢٧) اختبار كا^٢ لدلالة العلاقة الارتباطية بين كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي ودرجة الثقة في المعلومات المقدمة عن قضايا وحقوق المرأة

كثافة الاعتماد		الثقة
مستوى المعنوية	قيمة كا ^٢	
٠,٢١٧	٠,٠٦٠	درجة الثقة

ظهر معامل الارتباط كا^٢ عن عدم وجود علاقة ذات دلالة الارتباطية بين كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي ودرجة الثقة في المعلومات المقدمة عن قضايا حقوق المرأة المصرية، حيث بلغت قيمة اختبار كا^٢ ٠,٠٦٠ عند مستوى معنوية ٠,٢١٧، لأن مستوى المعنوية أكبر من ٠,٠٥، أي يرفض الفرض السابق الفرض الرئيسي الخامس

توجد علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية للمرأة، واختبار مدى صحة هذا الفرض تم استخدام معامل جاما الذي يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (٢٨) اختبار جاما لدلالة العلاقة الارتباطية بين كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي و المشاركة السياسية

كثافة الاعتماد		التأثير
مستوى المعنوية	قيمة جاما	
٠,٠٢١	٠,٢١٠	المشاركة

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي :

أظهر معامل ارتباط جاما عن وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي و المشاركة السياسية للمرأة، حيث بلغت قيمة معامل جاما ٠,٢١٠ عند مستوى معنوية ٠,٠٢١، وهى علاقة طردية ضعيفة القوة، أي كلما زاد كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي أثر ذلك على قرار الانتخاب و التصويت و بذلك يقبل الفرض الخامس.

الفرض الرئيسي السادس:

هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين مستويات إدراك المرأة لحقوق والعوامل الديموجرافية لعينة الدراسة.

الفرض الفرعي الأول للفرض السادس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل إدراك المرأة لحقوقها والمستوى الاقتصادي الاجتماعي للمبحوثات، ولاختبار مدى صحة هذا الفرض تجري الباحثة اختبار «ف» الذي يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (٢٩) يوضح نتائج اختبار تحليل التباين أحادي الاتجاه (One Way Anova) عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إدراك المرأة لحقوقها والمستوى الاقتصادي الاجتماعي للمبحوثات

المستوى الاقتصادي	ن	المتوسط الحسابي	درجات الحرية	قيمة ف	مستوى المعنوية
منخفض	٦٤	٢,١٤٠٦	٢	١٤,١	٠,٠٠
متوسط	١٤٤	٢,٢١٨٨	٣٩٧		
مرتفع	١٩٢	٢,٥٥٥٦	٣٩٩		

- أظهر استخدام اختبار (One Way Anova) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إدراك المرأة لحقوقها والمستوى الاقتصادي الاجتماعي للمبحوثات، حيث كانت قيمة (ف) (١٤,١) عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) وبذلك يقبل الفرض السابق، ويتضح من الجدول السابق ارتفاع إدراك المرأة والتي تنتمي إلى مستويات اقتصادية مرتفعة لحقوقها أكثر من ذويها من المستويات الاقتصادية الأقل.

- الفرض الفرعي الثاني للفرض السادس:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل إدراك المرأة لحقوقها وطبيعة الحي التي تسكن فيه، ولاختبار مدى صحة هذا الفرض تجري الباحثة اختبار «t-test» الذي يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (٣٠)

يوضح نتائج اختبار T-test عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل إدراك المرأة لحقوقها وطبيعة الحي التي تسكن فيه

مستوي المعنوية	قيمة ت	شعبي ن = ٢٠٠		راقي ن = ٢٠٠		الحي إدراك الحقوق
		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
٠٠٠.	١٣,٣١٩	٣٠,١٧٠١٦	٦٣,٢٥٠٠	٢٥,٦٥١٠٧	٧٨,٧٥٠٠	

تبين من استخدام اختبار (T-test) قبول الفرض الفرعي والقائل بأن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل إدراك المرأة لحقوقها وطبيعة الحي التي تسكن فيه، وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٠) وعندما كانت قيمة ت (١٣,٣)، وذلك لصالح المبحوثات القاطنات في أحياء راقية بمتوسط حسابي (٧٨) في مقابل (٦٣) للمبحوثات في الأحياء الشعبية، وقد يرجع ذلك إلى عدم انتشار الجهل والفقر في تلك المناطق الشعبية.

الفرض الفرعي الثالث للفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل إدراك المرأة لحقوقها وسن المبحوثات، واختبار مدى صحة هذا الفرض تجري الباحثة اختبار «ف» الذي يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (٣١)

يوضح نتائج اختبار تحليل التباين أحادي الاتجاه (One Way Anova) عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إدراك المرأة لحقوقها وسن المبحوثات

المستوى الاقتصادي	ن	المتوسط الحسابي	درجات الحرية	قيمة ف	مستوى المعنوية
كبار سن	٥٢	١,٨٢٦٩	٢	١٥,٨	٠,٠٠,٠
ناضجات	٩٠	٢,٢٢٢٢	٣٩٧		
شباب	٢٥٨	٢,٤٢٦٤	٣٩٩		

- أظهر استخدام اختبار (One Way Anova) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إدراك المرأة لحقوقها والمستوى الاقتصادي الاجتماعي للمبحوثات، حيث كانت قيمة (ف) (١٥,٨) عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) وبذلك يقبل الفرض السابق، ويتضح من الجدول السابق ارتفاع إدراك المرأة في سن الشباب لحقوقهن من خلال التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي أكثر من المرأة في سن النضج وقد يرجع ذلك إلى تغير فكر الشباب والذي دعا الآن للثورة والحرية والتغيير.

الخلاصة:

من خلال ما توصلت اليه الدراسة من نتائج ميدانية ، أكدت على تفوق مواقع التواصل الاجتماعي في جذب جمهور المرأة المصرية ، و ربما يعزو ذلك الى الحرية في نشر المعلومات بها مما انعكس على حرية الراي و التعبير في تناول بعض الموضوعات التي لا تتم مناقشتها ، علاوة على الاستفادة من تكنولوجيا الاتصال الحديثة في التخاطب و التفاعل مع الجمهور بصورة عامة و المرأة بصفة خاصة، حيث ان هذه المواقع تتيح القدرة على التحاور و التواصل بين الأفراد و كذلك تتيح خصوصية الحوار اذا كان فرديا و امكانية اشراك أفراد آخرين في الحوار لو

ارتضى الطرفين حيث أن توسيع دائرة الحوار و النقاش يتم التحكم فيها ، فضلا عن أن هذه المواقع مكنت جمهور المرأة المصرية في التعبير عن رأيها بطرق مختلفة حسب ما يناسبها ، و بالتالي يمكن القول ان الثورة التكنولوجية اتاحت للمرأة فرصا للتعبير عن رأيها و كذلك التماور و النقاش و التعبير عن وجهة نظرها مما يكسبها ثراء معلوماتيا كبيرا يقار قدرة التلفزيون و الوسائل التقليدية في ذلك والذي ظل لفترة طويلة يحتل المركز الاول كمصدر للمعلومات

كما أثبتت الدراسة ان كافة خصائص مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المرأة المصرية عينة الدراسة تأثيرا معرفيا ووجدانيا وسلوكيا، وأكبر دليل على التأثير السلوكي الذي أحدثته هو مساعدتها في اتخاذ القرار بصورة عامة في الموضوعات المتعلقة بقضايا وحقوق المرأة المصرية

المقترحات البحثية:

١. إجراء دراسة مقارنة بين مواقع لتواصل الاجتماعي ذاتها و ذلك ما أظهرته الدراسة البحثية من وجود فروق في مستويات التعرض لهذه المواقع ، و أن موقع الفيسبوك حصد المركز الأول في التأثير و الحرص على المتابعة ، في حين حصدت المواقع الأخرى المرتبة التالية بنسبة قليلة مع مراعاة قياس تأثير العوامل الديمجرافية.
٢. أهمية اجراء دراسات تحليلية لمضمون هذه المواقع للتعرف على الموضوعات التي تتناولها وتأثير ذلك على توجهات الرأي العام .
٣. تحليل مضمون الصحف النسائية على مواقع التواصل الاجتماعي سواء المنشأة من قبل افراد عاديين أو من قبل مؤسسات وهيئات المجتمع المدني بهدف التعرف على الفروق في مستوى اللغة والقضايا المعروضة مما يعطى دلالة على كيفية تشكيل توجهات وعى المرأة المصرية .
٤. إجراء دراسة تحليلية للمضمون المتعلق بقضايا حقوق المرأة العربية بصورة عامة والمرأة المصرية على وجه الخصوص .

٥. اجراء دراسات ميدانية وشبه تجريبية للوقوف على استخدامات المرأة لمواقع التواصل الاجتماعي و دراسة تأثير المتغيرات الديمجرافية وكذلك المستوى التعليمي والمستوى الاقتصادي الذى أثبتت الدراسة أن لهما تأثير في مستويات الاعتماد على هذه المواقع اجراء دراسة مقارنة عن حجم واتجاهات التأثير بين وسائل الاعلام التقليدية و الاعلام الرقمي و شبكات التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بوعى و ادراك المرأة لقضايا حقوق المرأة.

* * *



الفصل الثالث

دور دراما الفضائيات العربية في تشكيل صورة المرأة
في التنظيمات الإرهابية لدى المرأة المصرية



دور دراما الفضائيات العربية في تشكيل صورة المرأة في التنظيمات الإرهابية لدى المرأة المصرية

أ.م.د. نسرین عبد العزیز

مقدمة

ارتفعت وتيرة استغلال التنظيمات الإرهابية للعنصر النسائي في العمليات الانتحارية والتفجيرية، خاصة بعد تراجع الشباب والرجال في صفوف التنظيمات، حتى التنظيمات التي كانت تعتمد بنسبة كبيرة على الدور الكلاسيكي للمرأة داخل الساحة بدأت تتخلى نوعاً ما عن هذا الدور وبدأت تقحم النساء تدريجياً في ساحة القتال، وبدأ التصاعد في التسلسل الزمني لوجود المرأة داخل ما يسمى بالساحة الجهادية لدى التنظيمات الإرهابية، وباستغلال «السلاح الفتوي» تم فرض العديد من الفتاوي التي تضيف الشرعية الدينية على ضرورة إلزام المرأة بالاشتراك في العمليات الإرهابية الانتحارية وغير الانتحارية، ويُعد تنظيم داعش من أكثر التنظيمات التي اهتمت منذ ظهورها بتوريث العنصر النسوي ضمن أعمالها، وبناء كتائب جهادية تقودها المرأة وتشارك فيها، ووجوب نزول المرأة ساحة القتال مستشهدين في ذلك بالنساء في عهد الرسول صلى الله عليه وسلم.

وترى د. «أمال قرامي» أحد مؤلفي كتاب «النساء والإرهاب: دراسة جندرية» الصادر عن مسكيلياني للنشر والتوزيع بتونس عام ٢٠١٧م، أن هناك ثمة عدة أسباب وراء تجنيد النساء، إذ أن تشديد الرقابة على الرجال بعد صدور الخطة العالمية لمكافحة الإرهاب، فرض على الجيل الثاني من المنتمين إلى الجماعات الإرهابية توظيف النساء للقيام بعدة مهام كانت حكرًا على الرجال، والظاهر حسب بعض الدراسات، أن الجماعات المتطرفة تختار من هن شديد الانفعال والتأثر، ولهن صعوبة في بناء علاقة مع الآخرين لتنمي فيهم كره الآخر والرغبة في

الانتقام منه، كما أن هناك غمة علاقة بين تجنيد النساء والإنترنت، وذلك بتوظيف بعض الفئات لصالح أجندة الجماعات الإرهابية⁽⁵⁵⁾.

مشكلة البحث

اهتمت الدراما منذ الثمانينات بالتركيز على ظاهرة الإرهاب وأبعادها وملابساتها ونتائجها، وبدأت تركز على الشخصية الإرهابية وتحاول أن تقدمها في صورة مقارنة للواقع مع تقديم خلفيات تاريخية ونفسية واجتماعية واقتصادية كانت السبب في انضمام هذه الشخصيات للتنظيمات الإرهابية وتجنيدهم فيما بعد، وفي الآونة الأخيرة تم الاهتمام بالتركيز على دور المرأة في التنظيمات الإرهابية ، وبدأت الدراما تقدم صورة ذهنية عن النساء وكيفية انضمامهن للتنظيمات وتورطهن ، حيث تم إنتاج أعمال درامية ركزت على واقع المرأة وحياتها داخل التنظيم وخارجه في المناطق الواقعة تحت سيطرته، ومن أبرزها مسلسل «غرايب سود» وهو دراما مقتبسة عن أحداث واقعية جرت داخل معسكرات تنظيم «داعش» في سوريا⁽⁵⁶⁾، واشتركت فيه سبع دول عربية وشارك فيه 50 ممثلاً وممثلة من دول عربية مختلفة من بينهم مصر، ونظرًا لأن المرأة عضو فعال ومنتج ومؤثر في المجتمع فهي الأم والأخت والزوجة والابنة والصديقة فكان لابد من الاهتمام بالتعرف على واقع المرأة المنضمة لمثل هذه التنظيمات الإرهابية. ومن هنا جاءت مشكلة الدراسة في التعرف على دور دراما الفضائيات العربية في تشكيل صورة المرأة في التنظيمات الإرهابية، وتأثير ذلك في إدراك السيدات عينة الدراسة للواقع الفعلي للمرأة في مثل هذه التنظيمات بما يشابه المضمون الدرامي المقدم عنها، مع دراسة حالة كيفية لمسلسل «غرايب سود» والذي يعد من أكثر المسلسلات العربية اهتمامًا بالتركيز على واقع المرأة داخل تنظيم «داعش».

55- <https://www.albayan.ae/books/from-arab-library/2018-04-17-1.3239924>.

56 - <http://ar.m.wikipedia.org>.

أهمية البحث

١. ارتفاع معدلات التورط النسوي في العمليات الإرهابية وهو ما تؤكدته المؤشرات الإحصائية التي تحدثت عن اشتراك النساء في تنفيذ بعض العمليات عن اقتناع أو بالإجبار وتحت التهديد^(٥٧).
٢. استخدام التنظيمات الإرهابية للسلح الفتوي في اقناع المرأة بالقيام بالأفعال الإرهابية.
٣. ارتباط التورط النسوي في العمليات الإرهابية بظهور كتائب جهادية تعتمد على الأطفال وتقضي على طفولتهم^(٥٨).

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة للإجابة على التساؤلات الآتية:

١. التعرف على الصورة الذهنية المشكلة لدى المرأة عينة الدراسة عن القيادات النسائية في التنظيمات الإرهابية.

٥٧- ذكر أحمد عبد الحميد الباحث بمركز دراسات الفكر العربي أن هناك نوع من التنظيمات الجهادية يسمى بالتنظيمات المتشابهة أو عنكبوتية مثل تنظيم داعش والذي يعتمد على نشر أفكاره وضم عناصر جديدة بعد استقطابها من مختلف أنحاء العالم عبر اعتماده على الوسائل التكنولوجية الحديثة ، وتعتمد على ضم المرأة لصفوفها وتصديرها في العديد من العمليات الهجومية لتحقيق أكبر دعاية ممكنة وكسب تعاطف الناس حول تصدير الصورة المصدرة لها والتي تقودها سيدة أو طفل بعيدا عن أخلاقيات العمل نفسه الذي قام به التنظيم (المرأة في الإرهاب ... سيدات التنظيمات الإرهابية من تربية الأطفال على الجهاد لقيادة صفوف المقاتلين، ٢٥/١٢/٢٠١٦م، جريدة اليوم السابع)

٥٨- رجعت الباحثة في هذه النقطة إلى :

- خبر بعنوان «مؤشر الإرهاب : عودة بوكو حرام إلى استخدام الفتيات في تنفيذ العمليات الإرهابية » ، في: بوابة الأهرام الإلكترونية ، ٣/١٢/٢٠١٨م.
- تحقيق بعنوان: «تاريخ تجنيد النساء الانتحاريات قبل ظهور داعش ... فتيات في العاشرة يجبرن على تفجير أنفسهن في نيجيريا» في: اليوم السابع ، ٢٠/١١/٢٠١٥م.
- تحقيق بعنوان «وسائل الإعلام العالمية تؤكد تزايد تجنيد النساء بداعش ...» لو باريزيان الفرنسية : نساء التنظيم ينشرن التطرف بين الأطفال ويجندن أخريات... وخيرة سويسرية : لا يشاركن في الأعمال القتالية» في : اليوم السابع، ٨/١٦/٢٠١٦م.
- خبر بعنوان «مرصد الإفشاء : داعش تطور من طرق تجنيد المرأة لممارسة «جهاد النكاح» في: موقع مصراوي ، ٨/٨/٢٠١٦م.
- كتاب بعنوان «النساء والإرهاب : دراسة جندرية » للباحثين د. أمال قرامي ومنية العرفاوي، الصادر عن مسكيلياني للنشر والتوزيع بتونس عام ٢٠١٧م،

٢. الوقوف على الصورة الذهنية المشككة لدى المرأة عينة الدراسة عن النساء الواقعات تحت تأثير التنظيمات الإرهابية ويعيشون داخل معسكرات التنظيم.

٣. تحليل وتفسير أسباب تورط النساء في الانضمام للتنظيمات الإرهابية.

٤. رصد العلاقات الموجودة بين السيدات داخل التنظيمات الإرهابية وإدراك عينة الدراسة لها.

٥. التعرف على مدى واقعية المظهر الخارجي للمرأة المنضمة للتنظيمات الإرهابية.

٦. الوصول لعدد من المقترحات التي يمكن أن تساعد في تحسين المرأة من الوقوع ضحية للتنظيمات الإرهابية.

الدراسات السابقة:

تناولت الدراسات السابقة للدراسة محورين أساسيين وهما الصورة الذهنية المقدمة عن المرأة في وسائل الإعلام المختلفة، والصورة الذهنية المقدمة عن الإسلام والمسلمين مروراً بمتمزعي الإسلام والإجراءات التي تؤخذ بشأنهم عالمياً: أولاً: الدراسات المرتبطة بالصورة الذهنية المقدمة عن المرأة في وسائل الإعلام

١- دراسة إسماعيل عاطف إبراهيم الغزالي (٢٠١٨م) بعنوان: صورة المرأة العاملة كما تعكسها الأفلام والمسلسلات المصرية على القنوات الدرامية وعلاقتها باتجاهات المرأة نحو العمل^(٥٩).

تسعى هذه الدراسة إلى تحليل صورة المرأة العاملة التي تقدمها الدراما التلفزيونية في الفضائيات المصرية، وتحديد أوجه الاتفاق والاختلاف بين طبيعة هذه الصورة والواقع الحقيقي الذي تعيشه في المجتمعات المختلفة، كما تهدف الدراسة أيضاً إلى دراسة تأثير صورة المرأة العاملة المقدمة في الدراما على الصورة الذهنية لدى المرأة في الحياة العملية وأثر هذه الصورة على اتجاه المرأة نحو العمل.

٥٩- إسماعيل عاطف إبراهيم الغزالي صورة المرأة العاملة كما تعكسها الأفلام والمسلسلات المصرية على القنوات الدرامية وعلاقتها باتجاهات المرأة نحو العمل، رسالة دكتوراه، (القاهرة: قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٨م)

وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية حيث استخدمت الباحثة منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني، و شملت عينة الدراسة ثلاثة مسلسلات واثنين وأربعين فيلماً تم عرضهم على قناة CBC "دراما"، و«روتانا سينما»، كما تم تطبيق دراسة الجمهور على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من جمهور المرأة اللاقي يتابعن ويشاهدن الأفلام والمسلسلات، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها ما يلي: احتلال التصنيف الاجتماعي للموضوع على المرتبة الأولى، ثم جاء المستوى الاقتصادي في صدارة المستويات التي تقدمها الدراما عن المرأة العاملة، وأن وضع قيود على عملها وإهمال الأسرة والواجبات المنزلية، وعدم الموافقة على عملها من أهم المشكلات التي تواجه المرأة العاملة في المسلسلات والأفلام عينة الدراسة، بالإضافة إلى وجود تباين بين أبرز المشاكل والصعوبات التي تواجه المرأة العاملة كما عرضتها الدراما والمشاكل التي ذكرتها المبحوثات، كما ارتفعت نسبة من يرون أن الدراما المصرية تقدم صور غير مقبولة عن المرأة العاملة.

٢- دراسة إبراهيم فؤاد الخصاونة (٢٠١٦م) بعنوان «صورة المرأة في إعلانات التلفزة الأردنية»^(٦٠).

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن صورة المرأة المقدمة في الإعلانات المذاعة على محطات التلفزة الأردنية الرسمية والخاصة للتعرف على أسباب لجوء الجهات المعلنة إلى استغلال جسد المرأة بطرق تسيء لصورتها، وما تعانيه هذه الصورة جراء استخدامها كأداة للترويج من خلال الإثارة والإغراء لجذب المشاهدين، وتمثلت أبرز نتائج الدراسة في إقبال المرأة على مشاهدة الإعلانات التي تعرضها محطات التلفزة الأردنية بصفة دائمة وبكثافة، وأن غالبية الاستمالات المستخدمة في الإعلانات كانت عاطفية من وجهة نظر عينة الدراسة، كما أبدى معظم عدم الرضا عن الإعلانات التي تقدم عن المرأة وأظهرت أن المرأة مستهلكة.

٦٠- إبراهيم فؤاد الخصاونة. - «صورة المرأة في إعلانات التلفزة الأردنية»، ص ٤٨٦ - ٤٦٧، في: مجلة دراسات العلوم الانسانية والاجتماعية، الأردن، مجلد ٤٣، ٢٠١٦م.

٣- دراسة شريف شفيق زكي (٢٠١٦م) بعنوان: صورة المرأة العاملة كما تعكسها الدراما التلفزيونية وعلاقتها باتجاهات عينة من طالبات الجامعة نحو العمل^(٦١).

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على صورة المرأة العاملة كما تعكسها الدراما التلفزيونية، ومدى تأثير تلك الصورة على إدراك طالبات الجامعات المصرية، ممن يدرسن بمرحلة البكالوريوس، لواقعية تلك الصورة، وكذلك تأثيرها على اتجاهاتهن نحو العمل وتعتبر هذه الدراسة من البحوث الوصفية والتي اعتمد فيه الباحث على منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي، وذلك من خلال تحليل مضمون تسعة عشر مسلسلاً تلفزيونياً أذيعت بقناة النيل للدراما بالتلفزيون المصري باستخدام استمارة تحليل المضمون، وانتهت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: وجود تطور إيجابي وأقل نمطية بالدراما التلفزيونية في تناول أدوار المرأة العاملة المصرية بالمجتمع وذلك تأكيداً على دورها الإيجابي في تحقيق التنمية للمجتمع الذي تعيش به ، وأن الدراما التلفزيونية قد كان لها دور غير مباشر في إدراك طالبات الجامعة لصورة المرأة العاملة، وبالتالي في رؤيتهن لمدى ملاءمة بعض المهن لعمل المرأة بها في الواقع، وكذلك مدى نجاحها بها.

٤- دراسة هبة القاضي و لبنى أحمد (٢٠١٦م) بعنوان «انطباع صورة المرأة في الإعلام: دراسة حالة الكويت»^(٦٢).

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن الصورة التي تقدمها وسائل الإعلام عن المرأة ومدى وجود تحيز بين الجنسين ، وشملت العينة ٦٠٠ من الشباب، ذكور وإناث، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن كل من الذكور والإناث يرون أن الصحف اليومية والإذاعة تعطي الوقت الكافي لقضايا المرأة، ولكن اختلف الذكور مع الإناث في الدراسة على صورة المرأة في البرامج الحوارية، حيث إنهم يرون المرأة أكثر كفاءة فيها ، أما في الدراما التلفزيونية فقد كانت أكثر حساسية باعتبار أن

٦١- شريف شفيق زكي علي حرب.- «صورة المرأة العاملة كما تعكسها الدراما التلفزيونية وعلاقتها باتجاهات عينة من طالبات الجامعة نحو العمل» ، رسالة ماجستير ، (عين شمس : قسم الإعلام وثقافة الأطفال ،معهد الدراسات العليا للطفولة ، جامعة عين شمس،٢٠١٦م)

٦٢ هبة القاضي ولبنى أحمد «انطباع صورة المرأة في الإعلام: دراسة حالة الكويت» ، ص ٣١- ٥٦ في: مجلة العلوم الاجتماعية، الكويت، مج٤٤، ع ٣، ٢٠١٦م.

ذلك لا يعكس الواقع ككل، كما يوافق الذكور والإناث على أن المسلسلات الدرامية تؤثر في وجهات نظر الناس في الزواج، ويمكن أن تكون كعامل مثبط لجيل الشباب نحو الزواج، وأن البيوت المفككة والعنف الأسري يتم عرضهما في الدراما العربية عامة والخليجية خاصة.

٥- دراسة Dastgeer, Shugofa & Gade, Peter. J (٢٠١٦م) بعنوان « صورة المرأة المسلمة في ثورات الربيع العربي... بارزة..فاعلة»^(٦٣).

اهتمت هذه الدراسة بالتعرف على الصورة المرئية للمرأة المسلمة المشاركة في أحداث الربيع العربي والمقدمة في الأخبار المذاعة في وسائل الإعلام العربية والغربية، فقد أجريت الدراسة التحليلية على عينة من الأخبار المذاعة على قناة CNN وقناة الجزيرة العربية والمتأثرة بأحداث ثورات الربيع العربي مثل الحرب في سوريا وخلافه، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها وجود فروق في تغطية وسائل الإعلام الغربية والشرق أوسطية من حيث الصور المرئية المقدمة عن المرأة العربية خلال فترة ثورة الربيع العربي على أساس بعض الأطر مثل: الهيمنة، التنسيق، زاوية الكاميرا، مسافة العدسة، والتصوير، والحجاب، كما أظهرت النتائج أهمية الثقافة كتأثير على المحتوى الإخباري، فقد صوّرت قناة الجزيرة النساء المسلمات كناشطات أكثر بكثير من CNN. مما يتناقض بشدة مع الدراسات السابقة لتصوير النساء المسلمات في الغرب.

٥- دراسة فيحان عجب حمدي (٢٠١٥م) بعنوان «صورة المرأة السعودية في وسائل الإعلام الوطنية وعلاقتها بإدراك الجمهور للواقع الاجتماعي لها»^(٦٤).

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على الواقع الاجتماعي للمرأة السعودية كما تقدمه وسائل الإعلام الوطنية السعودية ومدى إدراك الجمهور لهذا الواقع الفعلي لها، وتوصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: أهمية الدور الذي

63- Dastgeer, Shugofa & Gade, Peter J." Visual framing of Muslim women in the Arab Spring: Prominent, active, and visible", pp. 432-450 in: International Communication Gazette, Volume. 78, Issue. 5, August, (2016). <https://doi.org/10.1177%2F1748048516640204>.

٦٤- فيحان عجب حمدي.. «صورة المرأة السعودية في وسائل الإعلام الوطنية وعلاقتها بإدراك الجمهور للواقع الاجتماعي لها، رسالة ماجستير، (جامعة القاهرة : كلية الاعلام، قسم الاذاعة والتلفزيون، ٢٠١٥م)

تقوم وسائل الإعلام الوطنية في المجتمع في خلق التوعية ونشر الثقافة والمعرفة وإمداد الجمهور، والشرح، والنقد، والتحليل للقضايا والأحداث التي تساهم فيها المرأة السعودية، أو تلك التي تتعلق بها، وأن الغالبية العظمى من النساء السعوديات يتابعن وسائل الإعلام الغير سعودية، وبين هؤلاء جاءت انطباعاتهن عن صورة المرأة في هذه الوسائل بشكل إيجابي إلى حد ما، فهي تشارك في الحياة الاجتماعية بنسبة ٢٨,٥٪ والبعض يعطيها حقها ٢٣,٨٪، ويلاحظ على استخدامات المرأة السعودية لوسائل الإعلام ومتابعتها للبرامج عدم الاهتمام باستخدام القنوات الخاصة بالأطفال، فقد جاءت نسبتها منخفضة في القياس والتي تتناول مشاكل الطفولة وتربية الأطفال وتحتاج إلى التوعية والاهتمام بهذا الجانب، ويحصل ٥٩٪ من الرجال السعوديين على معلوماتهم عن المرأة السعودية وأوضاعها في المجتمع السعودي من معاشيتهم للمجتمع السعودي بالدرجة الأولى في حين تمثل وسائل الإعلام المصدر الأول لـ ٤١٪ من الرجال السعوديين، وعلى هذا تأتى وسائل الإعلام في المركز الثاني بعد المعاشية الفعلية لمعلومات الرجال السعوديين حول وضع المرأة السعودية وبالتالي الصورة الذهنية المنطبعة لديهم عنها وعن أدوارها.

٧- دراسة خديجة بريك (٢٠١٥م) بعنوان «صورة المرأة العربية والمسلمة في السينما الغربية والعربية»^(٦٥).

تسلط هذه الدراسة الضوء علي صورة المرأة العربية والمسلمة في السينما الغربية والعربية، والكشف عن معالم الصورة المسلمة- عبر الفيلم السينمائي الغربي والعربي وهذا من خلال التطرق لصورة الإسلام والمسلمين في السينما الأمريكية، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها عدم المصادقية والنمطية للتصور الغربي عن المرأة المسلمة، حيث تُصور على أنها إرهابية وشخصية همجية وعنيفة، في حين أن معظم الأفلام السينمائية العربية تقدم صورة عن المرأة يغلب عليها العاطفة وشدة الحساسية، وعدم القدرة علي التفكير السليم أو اتخاذ

٦٥- خديجة بريك- «صورة المرأة العربية والمسلمة في السينما الغربية والعربية : دراسة نقدية»، ص ٣٢٧- ٣٤٥ في: المؤتمر الدولي السابع: المرأة والسلم الأعلى، مركز الجيل، لبنان، طرابلس، ١٠- ٢١ مارس ٢٠١٥م.

القرارات، بالإضافة إلى أن صورة الذات لديها سلبية وتتمثل بالاستسلام للرجل وسلطته. وبذلك تفتقر هذه المضامين إلى معالجة حقيقية لأوضاع المرأة العربية وقضاياها وهمومها الجوهرية في المجتمع، فالتركيز يكون عادة على القضايا ذات الطابع العاطفي والعلاقات مع الرجل الحبيب أو الزوج ومع الأولاد والوالدين وحتى هذه القضايا تتم معالجتها عادة بسطحية دون التركيز على أسبابها الاجتماعية، الاقتصادية، الثقافية والدينية. وأيضا المرأة العربية الريفية، البدوية، الفقيرة، الكادحة والمناضلة مهملة في مضامين السينما العربية وكذلك صغيرة السن والمسننة، مما يوضح وجود قصور في الخطاب الإعلامي الإسلامي بشكل عام والسينمائي بشكل خاص الموجه للعرب والغرب لتصحيح الصورة النمطية حول الإسلام والمسلمين.

٨- دراسة سهى بنت منيف بن صلف العتيبي (٢٠١٥م) بعنوان، «الصورة الاجتماعية للمرأة السعودية في كاريكاتير الصحافة المحلية»^(٦٦).

تسلط الدراسة الضوء على الصور الإيجابية والسلبية للمرأة السعودية كما يعكسها الكاريكاتير في الصحافة السعودية وما يرتبط بها من التعبير عن قضايا المرأة السعودية والمشكلات التي تواجهها واهتماماتها والأدوار التي تشغلها، حيث تستخدم هذه الدراسة منهج تحليل المضمون ، ومن أبرز النتائج التي توصل إليها الباحث هي أن الرسوم الكاريكاتورية التي حملت مضامينها صوراً سلبية تجاه المرأة السعودية كانت نسبتها أعلى من الرسوم الإيجابية ، وكانت أبرز الصور السلبية صورة المرأة السمينة ، يليها المرأة السطحية ثم المرأة الحمقاء والغيورة، أما الصور الإيجابية كانت للمرأة المحتشمة وهي الأكثر ظهوراً يليها المرأة المتعلمة وأيضا المرأة الطموحة، وتعد ظاهرة البطالة من قضايا المرأة السعودية التي صورتها رسوم الكاريكاتير ، يليها قضية الطلاق ، ثم قضية قيادة المرأة للسيارة .

٦٦- سهى بنت منيف بن صلف العتيبي- «الصورة الاجتماعية للمرأة السعودية في كاريكاتير الصحافة المحلية : تحليل مضمون» ، ص ٤٦١- ٤٧٤ في: المجلة العربية للإعلام والاتصال ، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال ، السعودية، ع ١٤ ، نوفمبر ٢٠١٥م

٩- دراسة Matamala, Shana (2015) بعنوان تحليل الصورة النمطية للمرأة في التلفزيون والسينما^(٦٧)

تقوم الدراسة بتحليل صور الفتيات والنساء في وسائل الإعلام المليئة بالقوالب النمطية حول من هن النساء وماذا يجب أن تكون أدوارهن في المجتمع، ويمكن أن تكون هذه القوالب النمطية سلبية، ومحدودة ومهينة، وتؤثر على الكيفية التي ينظر بها النساء والفتيات إلى أنفسهن وكيف يراهن أو ينظر إليهن الآخرون أيضاً. وهذه الدراسة توفر كيفة عمل دراسة ناقدة لبعض أشكال وسائل الإعلام وتصويرها للنساء والفتيات. والنظر في كيفية تشكيل وسائل الإعلام لصورة متحيزة عنهن.

١٠- دراسة نصر الدين أبوزيان (٢٠١٤) بعنوان صورة المرأة العربية في الإعلام الجديد: بين الواقع والمواقع - حالة يوتيوب^(٦٨).

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على الصورة المقدمة عن المرأة في الفيديوهات المنشورة على اليوتيوب، حيث شملت عينة الدراسة ١٢٠ فيديو، خُضع نصفهم للتحليل البسيط والنصف الآخر للتحليل المقارن. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها، تنوع وتعدد المواضيع التي دارت حولها مادة التحليل، فقد شملت واقع المرأة العربية وحقوقها الإنسانية والسياسية، ونمط معيشتها، وركزت في مرات أخرى على إبراز جمالها، وأساءت لها في أحيان أخرى، وعند البحث باللغة العربية على اليوتيوب عن صورة المرأة العربية تم ملاحظة أن كل المواضيع المعالجة ذات بعد إيجابي في طرحها، بحيث انصبت تارة على التغني بالمرأة العربية، وانصبت في غالبيتها على معالجة الانشغالات المختلفة المتعلقة بالمرأة العربية وتناولت في هذا الصدد واقع المرأة العربية بعد الثورات، والمرأة العربية بعد أحداث الربيع العربي، والمرأة العربية وإحداث التغيير في المجتمع، وحقوق المرأة العربية المهضومة، وكانت

67- Matamala, Shana.- "An Analysis of Common Television and Film Stereotypes of Women Leaders" Paper presented at the annual meeting of the 17th Annual ILA Global Conference, Centre Convencions Internacional Barcelona (CCIB), Barcelona, Catalonia, Spain, Oct 14, 2015. http://citation.allacademic.com/meta/p988865_index.html

٦٨- نصرالدين أبو زيان .- « صورة المرأة العربية في الإعلام الجديد: بين الواقع والمواقع - حالة يوتيوب»، ص ٣٥- ٥٠ في: مجلة العلوم الإنسانية، الجزائر، ع ٤٢، ديسمبر ٢٠١٤م.

الصورة المقدمة عن المرأة في ثوب الضحية، والمرأة مهضومة الحقوق والضعيفة في مجتمع ذكوري، أما بالنسبة للبحث باللغة الإنجليزية فقد توجهت الصورة لمواضيع جمالية مع التركيز على جمال المرأة العربية في محاولة لإيصال فكر محدد للآخر خصوصاً في ظل طغيان الصورة التي تروجها وسائل الإعلام (أفلام وحصص وبرامج مرآة عن الجمال الأنثوي)، كما ركزت فيديوهات أخرى على إبراز المرأة العربية وهي ترقص، مما يسيء إلى حد كبير للمرأة العربية كونها تظهرها بمظاهر فاضحة ومثيرة، كما يوجد فيديوهات أخرى ركزت على معاناة المرأة العربية ومشاكلها مثل استغلال المرأة السورية في مخيمات اللاجئين، والزواج بالغصب المفروض على النساء، أما بالنسبة للبحث باللغة الفرنسية فقد ظهرت مواضيع أكثر تنوعاً مثل حرية وتحرير المرأة العربية، التمييز العنصري.

١١- دراسة جواد محمد أمين عيسى (٢٠١٣م) بعنوان «صورة المرأة في إعلانات التلفزيون العراقي»^(٦٩).

تهدف الدراسة إلى التعرف على الصورة التي تقدمها إعلانات التلفزيون العراقي للمرأة وتحليلها من حيث الشكل والمضمون والتعرف على سمات الشخصيات المحورية المستخدمة في الإعلانات وأنواع السلع والخدمات المعروضة، وشملت عينة الدراسة إعلانات القنوات العراقية الثلاث (العراقية - الشرقية - السومرية) وتوصلت لعدة نتائج أهمها أن الصورة المقدمة عن المرأة هي صورة نمطية تقليدية ويمكن تفسير سلبية صورة المرأة في الإعلانات التلفزيونية جزئياً في ضوء أن معظم العاملين في مجال الإعلان من الرجال، ومن ثم فإن الإعلانات التي تقدم صورة المرأة لا تقدم واقع المرأة بقدر ما تقدم رؤية الرجال لهذا الواقع، وأن المرأة في الإعلان تعد وسيلة جذابة لكثير من المعلنين الذين يروجون لسلعهم من خلال تواجد المرأة في أغلب الإعلانات، وكانت وظيفة المرأة في الغالب ربة بيت وهذا يؤكد دونية تقديم المرأة بصورة نمطية وتقليدية، كما أن المرأة تروج السلع ذات الاستخدام المنزلي، في حين يروج الرجل للسلع والخدمات ذات الاستخدام

٦٩- جواد محمد أمين عيسى - «صورة المرأة في إعلانات التلفزيون العراقي»، رسالة ماجستير، القاهرة: قسم العلاقات العامة والاعلان، كلية الاعلام، جامعة القاهرة (٢٠١٣م)

خارج المنزل باعتبار أن الرجل له القدرة على الإقناع في هذه الإعلانات أكثر من المرأة. وبالنسبة لسن المرأة كما يظهر في الإعلانات التي تبثها القنوات العراقية عينة الدراسة فقد جاء في مقدمتها من هم من الشباب تقريباً وبشكل كبير جداً، ويشير ذلك إلى أن القنوات العراقية تركز على الشباب كأهم الفئات العمرية التي تتمتع فيها المرأة بالجاذبية والحيوية. وأخيراً فإن القنوات العراقية حالها كحال بقية القنوات الأخرى، تروج لنفسها ولبرامجها، ويستخدمون المرأة كخير وسيلة لذلك، والعبث بصورتها، وتقديم صورة لها بعيدة عن واقعها الفعلي تماماً.

١٢- دراسة (Hoewe, Jennifer. Appelman, Alyssa. et als (2013)، بعنوان: الواقع المدرك وإدراك الأخبار في ضوء الصور النمطية: تأثير الصور المنطبعة لأدوار النوع على اتجاهات الجمهور نحو الأخبار»^(٧٠).

تسعى هذه الدراسة إلى الكشف عن العلاقة بين المعتقدات النمطية السابقة والمواقف اللاحقة، وتحديدًا في كيفية ارتباط المعتقدات حول الوالدين بالمواقف تجاه الأخبار فقد كشفت تجربة أن المشاركين مع المعتقدات النمطية أكثر عن النساء منها عن الرجال ويعتقدون أن القصة الإخبارية عن ربة المنزل أكثر واقعية عن مثيلتها عن الأب وبغض النظر عن حالة القصة، فقد كانت المعتقدات النمطية المتعلقة بالمرأة مرتبطة بمواقف سلبية فيما يتعلق بالواقعية المتصورة، والترفيه، وتصور الأخبار.

١٣- دراسة Rodica Guzun (٢٠٠٨م) صور الإتجار بالنساء المصدرة عبر وسائل الإعلام: دراسة حالة للخطاب الإعلامي والعلمي بدولة مولدوفا (الأوربية) ٢٠٠٨^(٧١)

تسعى الباحثة في هذه الدراسة للتعرف على صور الإتجار في النساء المقدمة في وسائل الإعلام المطبوعة بدولة مولدوفا، إلى جانب التعرف على خطاب المنظمات غير

70- Hoewe, Jennifer. Appelman, Alyssa. et als. «Perceived Realism, Enjoyment, and News Perception in the Context of Stereotypes: The Influence of Stereotypic Portrayals of Gender Roles on Attitudes toward News Stories” Paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Renaissance Hotel, Washington DC, Aug 08,(2013).

71 Rodica Guzun. “Media Expert Images of Trafficked Women : A Case Study of the Moldovan Media Discourse and Scientific Discourse” , master , University of Arkansas ,(2008).

المتخصصة المهتمة بالقضية، إذ تجيب الباحثة من خلال الدراسة على ما إذا كانت تلك الصور للإتجار في النساء هو سلوك يعكس صورة نمطية أم لا .

واعتمدت الدراسة على تحليل المقالات التي تناولت القضية في الصحف والمجلات الإلكترونية في الفترة من ٢٠٠٥م إلى ٢٠٠٨م واختيرت أربعة مواقع صحفية شهيرة في الدولة، وتم استخدام التحليل الكمي والكيفي للبيانات، وتوصلت النتائج إلى أن أغلب الصور في كلا الخطابين يوضح أن النساء المتاجر بهن هم ضحايا ومستعبدون ويتم الاعتداء عليهن وعلى حقوقهن، كما اشتمل الخطابان الإشارة إلى العنف والفقر والتمييز النوعي كأبعاد لصورة المرأة كضحية ، وكان الاختلاف بين الخطابين يتمثل في غياب الإشارة لدور منظمات المرأة في الخطاب الإعلامي، على حين اختفت الإشارة لدور الرجل في خطاب المنظمات في تشكيل صورة الضحية للمرأة. ويعد الدمج بين الخطاب الإعلامي وخطاب الخبراء الذي يساعد صناع القرار لاتخاذ سياسات من شأنها القضاء على تلك الصورة وعلاج مشكلة الإتجار بالنساء من أهم مقترحات الدراسة.

ثانيا: الدراسات المرتبطة بالصورة الذهنية المقدمة عن الإسلام والمسلمين بدخول الجيل الثاني من الجماعات الإرهابية.

١- دراسة **Benzehaf, Bouchaib** (٢٠١٧م) بعنوان التغطية الإعلامية الغربية للإسلام: من الإسلام إلى الإسلاموفوبيا^(٧٢)

تزعم الدراسة أن الإسلاموفوبيا تنتج عن طريق تناول القصص الإخبارية المشوهة لصورة الإسلام والمسلمين مما يجعل الحصول على معلومات دقيقة ومدققة تحدياً كبيراً، كما أن تغطية الإعلام للإسلام كانت دائماً تفتقر إلى الذاتية، فقد أدت هجمات الحادي عشر من سبتمبر إلى إطلاق موجة من التغطيات الإعلامية للإسلام والمسلمين المتحيزة، حيث أصبح مصطلح «مسلم» مرادفاً لـ «إرهابي» في

72- Benzehaf, Bouchaib. "Covering Islam in Western Media: From Islamic to Islamophobic Discourses" pp1-11 in: **Journal of English Language Teaching and Linguistics**, Vol. 2 (1), (2017).

العديد من الدول الغربية. وقد تم استغلال هذه الهجمات لإحداث قلق اجتماعي وحالة من الذعر تجاه الإسلام والثقافات المسلمة التي تؤدي إلى كراهية الإسلام والمسلمين والتي يجري تعزيزها أكثر في أمريكا من خلال قيادة «ترامب»، وتقع الدراسة في إطار عمل الاستشراق الذي يساعدنا على فهم العلاقات بين الغرب والعالم الإسلامي ، وأيضاً من خلال وضع الأجندة ، وهو ما يفسر كيف تتلاعب وسائل الإعلام بالرأي العام ، كما تؤكد هذه الدراسة أن الخوف من الإسلام ينبع من طريقة الأخبار والتي تتناول قصصاً حول الإسلام والمسلمين مغطاة بطريقة مشوهة من مصادر إعلامية مختلفة ، وتوصلت الدراسة إلى عدة مقترحات من أهمها تفعيل الحوار بين الأديان والتعليم بين الثقافات كتدابير يمكن أن تؤدي إلى التفاهم والتسامح بين مختلف الجماعات الدينية.

٢- دراسة Jebelly, Neda (2017) بعنوان : مفهوم الدولة الإسلامية ومدى تطبيقها للإسلام^(٧٣).

لقد أدى نهوض «داعش» وإعلان الخلافة الإسلامية بقيادة «أبي بكر البغدادي»، إلى تحويل قضية الإسلام والإرهاب إلى مركز السياسة العالمية ، وإحياء الجدل حول الترابط بين المبادئ الإسلامية والإرهاب. كان الناس يسألون أنفسهم ما إذا كان الإسلام هل هو دين عنيف. هل داعش تعبير حقيقي عن الإسلام؟ هل هذا ما يسمى بالخلافة الإسلامية حقاً؟

ويوضح المقال حجتين: الحجة الأولى تناقش عدم وجود نسخة عالمية للإسلام، وأن هناك تنوع كبير في معتقدات وممارسات المسلمين في جميع أنحاء العالم، الحجة الثانية هي تفسير القرآن الكريم كأساس لجميع المعتقدات الإسلامية والمعاملات والشرعية. كما نجد أنه من أجل تحليل الأجزاء المختلفة للنص الديني يجب أن ننظر إلى الخلفية التاريخية لذلك والسياس الذي تم الكشف عنه فيه، وينبغي أن يقرن تفسير القرآن بأسباب النزول (شرح النزول) لتوضيح معاني الآيات القرآنية.

73- Jebelly, Neda, "Is the Islamic State (IS) really Islamic?" Paper presented at the annual meeting of the 88th Annual SPSA Conference, Hyatt Regency, New Orleans, LA, (2017)

٣- دراسة Saifuddin, Ahmed & Mattes, Jörg (2017) بعنوان تمثيل الإعلام للإسلام والمسلمين في الفترة من عام ٢٠٠٠م إلى ٢٠١٥م^(٧٤).

اهتمت هذه الدراسة بتحليل المستوى الثاني ل ٣٤٥ دراسة منشورة عن الإسلام والمسلمين، للتعرف على دور الإعلام في بناء هوية الإسلام والمسلمين، وقد توصلت إلى أن الغالبية العظمى من الدراسات غطت الدول الغربية، بينما تم إهمال البلدان الإسلامية ووسائل الإعلام الإسلامية. كما حددت الدراسة أيضًا نقصًا واضحًا في الأبحاث المقارنة، وإهمال المرئيات، ونقص الأبحاث في مجال وسائل الإعلام عبر الإنترنت. بالإضافة إلى اهتمام معظم الدراسات بالتحقيق في مواضيع «الهجرة» و «الإرهاب» و «الحرب». علاوة على ذلك أن الإسلام يتم تصويره بشكل يظهره على أنه دين عنيف.

٤- دراسة Sharifi, Mahdi & et als. (2017) بعنوان مدخل تحليل الخطاب النقدي لصورة الإسلام في برامج التوك شو: دراسة حالة على قناة CNN^(٧٥)

يهدف البحث الحالي إلى دراسة نقدية للخطاب المقدم في برامج «التوك شو» المقدمة على قناة CNN كوسيلة إعلام رئيسية والهدف من هذا البحث هو الكشف عن توجه CNN في تغطية القضايا ذات الصلة بالإسلام والمسلمين والكشف عن طبيعة العناصر التي تلعب دورها في بناء نقاشات الأيدولوجية للإسلاموفوبيا في البرامج الحوارية على قناة CNN. تحقيقًا لهذه الغاية، أجري الباحث تحليله في مستويات نصية وسياقية على عينة من البرامج يبلغ عددها ٣٤ برنامجًا، من بين ٥٠ برنامجًا حواريًا قُدم عام ٢٠١٣، وكشفت النتائج أن تمثيل CNN للقضايا ذات الصلة بالإسلام والمسلمين كانت متحيزة وذات قوالب نمطية على جميع المستويات ؛

74- Saifuddin Ahmed & Mattes, Jörg .- "Media representation of Muslims and Islam from 2000 to 2015: A meta-analysis, pp.219-244 in: **the International Communication Gazette**, Vol. 79(3), (2017).

<https://doi.org/10.1177%2F1748048516656305>.

75- Sharifi, Mahdi & et als. - «A critical discourse analytic approach to discursive construction of Islam in Western talk shows: The case of CNN talk shows", pp.45-63, in: **international Communication Gazette**, Volume 79, Issue 1, January, (2016). <https://doi.org/10.1177%2F1748048516656301>.

بالنسبة للنص والسياق والنطاق وكان البرنامج الحوارى يتماشى مع الإيديولوجيات المعادية للإسلام والتي تسود الغرب في وسائل الاعلام اليوم .

٥- دراسة مها أحمد عبد العظيم عبد الوهاب (٢٠١٦م) بعنوان «مقاطع الأحداث الإرهابية المصورة على الإنترنت ودورها في تشكيل الصورة الذهنية للمنظمات الإرهابية لدى عينة من الشباب الجامعي»^(٧٦).

تناولت الدراسة قضية المنظمات الارهابية وما تستخدمه من مقاطع فيديو على الإنترنت، تبث من خلالها جرائمها المختلفة التي تُفزع المشاهدين وتترك بلا شك انطباعات محددة في نفوسهم خصوصاً الأطفال والرجال، وقد استهدفت الدراسة معرفة التأثيرات المختلفة للصورة الذهنية عن المنظمات الإرهابية والمتكونة من مقاطع فيديو الأحداث الإرهابية، ومن أهم نتائج الدراسة ارتفاع نسبة الشباب الذين يتعرضون بشكل دائم لصحافة الفيديو عن من يتعرض لها بشكل عارض، وكذلك ارتفاع نسبة تصديق المبحوثين لمضامين ومقاطع الفيديو المنبثقة عن حادثي حرق داعش للطيار الكساسبة، وذبح المصريين على شواطئ ليبيا على الرغم من قدم هاتين الحادثتين، وأسفرت النتائج أيضاً عن وجود علاقة فيما بين الصورة الذهنية وبين اتجاهات الشباب نحو المنظمات الإرهابية.

٦- دراسة Saleem, M& et als (2015) بعنوان تأثير الصورة النمطية المقدمة عن المسلمين في دعم السياسات العامة الأمريكية المتخذة ضدهم.^(٧٧)

تهدف هذه الدراسة إلى البحث عن الكيفية التي تؤثر بها الصور النمطية للمسلمين المقدمة عبر وسائل الإعلام على دعم الأميركيين للسياسات العامة المتخذة ضدهم بشكل حصري، فعبر ثلاث دراسات أجريت عن هذا الموضوع تم اختبار الآثار قصيرة الأجل وطويلة الأجل للأخبار التي تصور المسلمين على أنهم

٧٦- تشكيل الصورة الذهنية للمنظمات الإرهابية لدى عينة من الشباب الجامعي»، ص ١١- ٢٠، في: مجلة دراسات الطفولة، مصر، مجلد ١٩، عدد ٧٣، أكتوبر ٢٠١٦م.

77- Saleem, M& et als. "Exposure to Muslims in media and support for public policies harming Muslims", p.841-869, in: **Communication Research**, volume.44, issu.6, (2015).<https://doi.org/10.1177/0093650215619214>.

إرهابيون ومدى ارتباطها بدعم الأمريكيين للسياسات العامة التي تضر بالمسلمين محليًا ودوليًا، وتوصلت الدراسة الأولى إلى أن التعرض للأنباء التي تصور المسلمين كإرهابيين يرتبط ارتباطًا إيجابيًا بدعم العمل العسكري في الدول الإسلامية، كما كشفت الدراسة الثانية أن التعرض للأنباء التي تصور المسلمين كإرهابيين يرتبط ارتباطًا إيجابيًا بدعم السياسات العامة التي تضر بالمسلمين محليًا ودوليًا، وأخيرًا توصلت الدراسة الثالثة إلى أن تعريض المبحوثين إلى لقطات إعلامية مسلمة سلبية، مقارنة باللقطات المحايدة أو غير المصورة، زاد من التصورات العدوانية للمسلمين، والدعم المتزايد للقيود المدنية القاسية للمسلمين الأمريكيين، بالإضافة إلى زيادة الدعم للعمل العسكري في الدول الإسلامية. كما أدى التعرض للقطات الإيجابية المسلمة إلى نتائج عكسية تمامًا، ومن هنا نجد أهمية وسائل الإعلام في تفاقم المواقف العدوانية والسياسات العامة في سياق العلاقات بين المجموعات.

٧- دراسة **Steiner, Kristian** (٢٠١٥م) بعنوان «صورة الإسلام والمسلمين في الخطاب الإخباري المسيحي والعلماني السويدي»^(٧٨)

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل مضمون مقارن للمحتوى الكمي لصورة الإسلام والمسلمين في مطبوعات صحفية سويدية - الصحيفة الليبرالية «داجنز نيهيتر» التي تمثل الإعلام السائد، الصحيفة الإنجيلية «داجن»، الجريدة الأصولية «فارليدن إيداج» التي تمثل اليمين المسيحي، و مجلة «إس دي كوريرن»، الجهاز الرسمي للديمقراطيين في السويد، وهو حزب وطني جديد. وذلك في الفترة من ٢٠٠٦-٢٠٠٧ والهدف من ذلك هو معرفة الفجوة بين وسائل الإعلام التي تقبل وجود المسلمين والإسلام في السويد، وتلك التي لا تقبلهم. وقد وضعت النتائج الليبرالية «داجنز نيهيتر» و الإنجيلية «داجن» على جانب واحد من الفجوة و «فارليدن إيداج» الأصولية و و مجلة «إس دي كوريرن» القومية الجديدة من جهة أخرى، ويميل رأيهم إلى وصف المسلمين والإسلام على أنهم إرهابيون ويتسمون بالتخلف والرجعية،

78- Steiner, Kristian "Images of Muslims and Islam in Swedish Christian and secular news discourse", p: 20-45, in: **Media, War & Conflict**, Vol. 8, issue.(1), (2015). <https://doi.org/10.1177%2F1750635214531107>.

كما يوصف المسلمون على الدوام بأنهم عدوانيون وسبب المشاكل الاجتماعية والسياسية، وأخيراً، في كلتا الوسيلتين يرتبط المسلمون بالسلوك السلبي. ويتم تجاهل السلوك الإسلامي الجيد باستمرار، في حين يفترض أن السلوك السيئ ينعكس على شخصيتهم الحقيقية. ويدعي «فارلدين إيداج» أيضاً أن الإسلام لا يتوافق مع الديمقراطية. بينما يتجنب «داجنز نيهيتر» و «إنغليان داجن» وصف الإسلام والمسلمين بأنه خطر، وكثيراً ما يبحثان عن حلول بناءة للمشاكل المختلفة. علاوة على ذلك، يصف «داجنز نيهيتر» الصراعات بين ممثلي المسلمين والمسيحيين خاضعة لشروط سياسية وليست دينية. كما يرى «داجن» أن المسلمين والمسيحيين على حد سواء هم ضحايا قوى العلمنة.

٨-دراسة Allen, Fleur. (٢٠١٤م) بعنوان «الاسلاموفوبيا في بريطانيا: دور الصحف البريطانية في تشكيل الاتجاهات نحو الإسلام والمسلمين»^(٧٩).

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف الصورة الذهنية المقدمة عن الإسلام والمسلمين في الصحف البريطانية الرئيسية، سواء كانت الصورة المقدمة مشوهة أو مضللة، وتأثير ذلك على الرأي العام. وقد استند البحث على مراجعة الأدبيات ذات الصلة ودراسة واسعة النطاق للمقالات من الصحف والمجلات، شملت هذه المقالات فترة ما قبل ١١ سبتمبر وفي أعقاب ٩/١١، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها وجود قدر غير متناسب من التغطية المرتبطة بالإسلام والمسلمين. وقد تم الكشف عن أدلة تشير إلى أن بعض الصحف، وخاصة صحف التابلويد، تميل إلى تقديم المسلمين والإسلام في شكل سلبي، حيث يلجؤون إلى الصور النمطية التي تقدم الدين على أنه رجعي ومتخلف وبربري، وأشارت معظم الدراسات إلى أنه غالباً ما يتم تقديم الدين وأتباعه من خلال سلسلة من «الصور المفاجئة» التي تُعرض لتسليط الضوء على الاختلافات وتصوير الإسلام على أنه تهديد وعنفي وإرهاب. كما أشار التحليل إلى أن بعض الصحف قد اخترعت قصصاً إسلامية وهمية تحمل تهماً خطيرة للإسلام والمسلمين وبينما أثبتت الأبحاث أنه لا يوجد حل

79- Allen, Fleur.- "Islamophobia in the UK: the role of British newspapers in shaping attitudes towards Islam and Muslims. **Doctoral dissertation**, University of Wales, Trinity St David, (2014). <http://repository.uwtsd.ac.uk/id/eprint/413>.

سريع لهذه المشكلات، إلا أنه يمكن اتخاذ بعض الخطوات لضمان الابتعاد عن القوالب النمطية القديمة، والعمل على تحسين الصورة أمام المحررين والصحفيين حول العقيدة الإسلامية، كذلك يجب أن تكون هناك جهة تنظيمية جديدة تستند جميع الصحف إلى معالجتها.

٩- دراسة (Deborah Slonowsky, 2012) بعنوان: صورة المسلمين في الخطاب الأمني الكندي^(٨٠).

تسعى تلك الدراسة التعرف على كيفية بناء الخطاب الأمني في دولة كندا تصور ذاتها باعتبارها دولة متعددة الهويات ومدافعة عن المساواة العرقية والدينية. وكيف يتم دمج المسلمين كجزء من الدولة وكجزء من الهوية التي تمثلها دولة كندا. وهل الخطاب الأمني الكندي يلقي الشك على المسلمين وأنهم مصدر للعنف والارهاب.

وتم الاعتماد على تحليل الخطاب كأداة لتحليل نصوص البرلمان الكندي في الفترة من ٢٣ سبتمبر ١٩٩٧ وحتى ٣ يونيو ٢٠١١ كما تم تحليل عدد من النصوص الأمنية والوثائق بجهاز الاستخبارات الكندية وتم الحصول على تلك الوثائق من خلال موقع هذا الجهاز، وخلصت الدراسة التحليلية إلى: أن الخطاب الأمني الكندي يؤكد على حاجة المسلمين إلى المراقبة المستمرة تحسباً لأحداث العنف والإرهاب التي يقومون بها، وأن هذه الرقابة لا يجب أن تتم من خلال جهاز الاستخبارات وحده ولكن من خلال الشعب الكندي نفسه، وأن أغلب الوثائق التي ينشرها جهاز الاستخبارات تدور حول تصدير الجماعات السنية لمفهوم الجهاد وأنهم يحاربون حرباً مقدسة في أفغانستان والبوسنة والشيكان. وأن العلاقة بين الأفراد وتلك الجماعات من الصعب تعقبها وتحديدها، وبفحص الوثائق وجدت الدراسة أن المسلمين كأقلية لا تتأثر سلباً بالتمييز الديني السائد وتقتصر الدراسة أهمية قيام ممثلي الدولة على تعميق المساواة وإدماج الأقليات داخل المجتمع لتدعيم الهوية القومية للدولة.

80- Deborah Slonowsky.- "Dangerousness and Difference: The Representation of Muslims within Canada's Security Discourses". Master. Faculty of Social Sciences, University of Ottawa,(2012).

التعليق على الدراسات السابقة وأوجه الاستفادة منها

أشارت العديد من الدراسات التي تناولت الصورة الذهنية للمرأة في وسائل الإعلام عن سلبية هذه الصورة فقد تُستخدم للترويج عن السلع المعلن عنها والمنتجات لجذب انتباه الجمهور وكوسيلة للإغراء والإثارة بشكل يسيء لصورتها كما ذكر إبراهيم فؤاد عام ٢٠١٦م^(٨١) في دراسته، أو السطحية والغيرة والبدانة كما تصورها الرسوم الكاريكاتيرية في الصحف السعودية والتي رصدتها سهى بنت منيف بن صلف العتيبي عام ٢٠١٥م^(٨٢) في دراستها، وقد تُقدم على أنها عاطفية شديدة الحساسية، غير قادرة على التفكير السليم أو اتخاذ القرارات، بالإضافة إلى صورة الذات السلبية التي تتمثل بالاستسلام لصورة الرجل وذلك في دراسة خديجة بريك عام ٢٠١٥م^(٨٣)، مما يفيد الباحثة في الوصول إلى نتيجة مفادا بافتقار المضامين الإعلامية إلى معالجة حقيقية لأوضاع المرأة العربية وقضاياها وهمومها بشكل كبير والذي يؤكد على أهمية موضوع الدراسة الحالية المنصب على وضع المرأة العربية في العصر الحالي المرتبط بالعنف والجريمة وظهور التنظيمات الإرهابية المختلفة ذات الفكر الإرهابي المروج لجهاد المرأة .

وكذلك اهتمت دراسة نصر الدين أبوزيان عام ٢٠١٤م^(٨٤) عن صورة المرأة في الإعلام الجديد، في التعرف على الصورة المقدمة عن المرأة في اليوتيوب وتأثير اختلاف لغة البحث على الصورة المقدمة وما إذا كانت باللغة العربية أو الأجنبية أو الفرنسية، وقد وضعت الباحثة هذه النتائج في الاعتبار عند وضع الفئات المرتبطة بدراسة الحالة والخاصة بأنواع الأعمال الإرهابية التي تشارك فيها المرأة والمتعلقة بالإنترنت والتي من الممكن أن تقدم صورة سيئة للمرأة العربية بشكل عام سواء الإرهابية أو التي أجبرت على العيش داخل معسكرات التنظيم أو التي تعيش خارج التنظيم، كما كشفت دراسة Dastgeer, Shugofa & Gade, Peter J. 2016^(٨٥) عن

٨١- إبراهيم فؤاد الخصاونة، مرجع سابق، ٢٠١٦م.

٨٢- سهى بنت منيف بن صلف العتيبي، مرجع سابق ٢٠١٥م.

٨٣- خديجة بريك، مرجع سابق، ٢٠١٥م.

٨٤- نصرالدين أبوزيان، مرجع سابق، ٢٠١٤م.

وجود فروق في تغطية وسائل الإعلام العربية والشرق أوسطية للصورة المقدمة عن المرأة خلال فترة ثورة الربيع العربي ، فقد صوّرت قناة الجزيرة النساء المسلمات كناشطات أكثر بكثير من CNN. مما يتناقض بشدة مع الدراسات السابقة لتصوير النساء المسلمات في الغرب، وأهمية الثقافة على المحتوى الإخباري، مما ساعد الباحثة في التعرف على الاستراتيجيات المختلفة لوسائل الإعلام في تقديم صور ذهنية متعددة عن المرأة العربية خلال ثورة الربيع العربي . واتضح أيضا من الدراسات السابقة أن الدراما لها دور كبير في تقديم صورة ذهنية مختلفة عن المرأة المصرية والعربية المؤثرة في إدراك الواقع الفعلي للمرأة وفي اتجاهات المرأة نحو العديد من القضايا المرتبطة بها مثل قضية عمل المرأة في دراسة إسرائ عاطف إبراهيم الغزالي عام ٢٠١٨م^(٨٦) ، ودراسة شريف شفيق زكي عام ٢٠١٦م^(٨٧)، التي توصل فيها إلى الدور الغير مباشر للدراما في إدراك طالبات الجامعة لصورة المرأة العاملة، وبالتالي في رؤيتهن لمدى ملاءمة بعض المهن لعمل المرأة بها في الواقع، والذي يشير إلى أن للدراما دور في إدراك الواقع الاجتماعي للمرأة مما يتناسب مع طبيعة الدراسة الحالية.

كما اهتمت دراسات أخرى بقضية الاتجار بالسيدات وهي دراسة Rodica Guzun^(٨٨) (2018) واتضح خلالها أن النساء المتاجر بهن هم ضحايا ومستعبدين ويتم الاعتداء عليهن وعلى حقوقهن، والذي أفاد الباحثة في التأكيد على أن العنف والفقر من أهم أبعاد صورة المرأة الضحية ، وأن قضية الاتجار بالسيدات قضية هامة حيث تقوم التنظيمات الإرهابية حاليا بالاتجار بالسيدات التي يتم أسرهن ويضفون شرعية زائفة على هذه التجارة .

كما اتفقت معظم الدراسات التي تناولت صورة الإسلام والمسلمين على أن مازال الغرب يرى أن الإسلام هو دين الإرهاب، وعدم وجود حيادية في تقديم

٨٦- إسرائ عاطف إبراهيم الغزالي، مرجع سابق، ٢٠١٨ م.

٨٧- شريف شفيق زكي علي ، مرجع سابق، ٢٠١٦م.

صورة واقعية عن الاسلام والمسلمين، كما اهتمت دراسة Jebelly, (2017) Neda⁽⁸⁹⁾ بضرورة وجود تفسير لآيات القرآن مرتبطة بأسباب النزول لتوضيح معاني الآيات القرآنية، وعدم تحريفها بما يخدم مصالح بعض الأفراد، والذي أفاد الباحثة في الاهتمام في دراستها برصد بعض العبارات المستخدمة لكلمات ومعاني مرتبطة بالدين الإسلامي مثل «الجنة» و«الكفار» و«الجهاد» في سياق آخر ظاهرة إسلامي وباطنه إرهابي.

وكذلك دراسة Benzehaf, Bouchaib (2017)⁽⁹⁰⁾ أوضحت بأن الخوف من الإسلام ينبع من طريقة الأخبار التي تتناول قصص حول الإسلام والمسلمين مغطاة بطريقة مشوهة من مصادر إعلامية مختلفة، موضحة دور وسائل الإعلام في تفاقم الصور السلبية عن الدين الإسلامي ومن يعتنقه، كما أكدت دراسة مها أحمد عبد العظيم عبدالوهاب عام ٢٠١٦م⁽⁹¹⁾. عن دور الانترنت في إذاعة الخوف والفرع لدى الجمهور وتكوين صورة ذهنية مخيفة عن التنظيمات الإرهابية مثل تنظيم «داعش»، مما يؤكد على أهمية إدراك الجهاد الإلكتروني كما يسمى لدى تنظيم «داعش» ضمن محاور الدراسة الحالية.

وبشكل عام أوضحت هذه الدراسات الصورة السلبية المقدمة عن الدين الإسلامي والمسلمين في وسائل الإعلام الغربية وأنه دين متخلف وبربري وعنيف، والذي يفيد الباحثة في البحث عن الأسباب التي وضعت الإسلام في هذا القالب والمرتبطة بنسبة كبيرة بالعمليات الإرهابية التي تشنها الكثير من الجماعات والتنظيمات الإرهابية وتغيير الاستراتيجيات التي يعملون من خلالها ومنها إدراج السيدات في قائمة الإرهابيين أو المجاهدين من وجهة نظرهم، والحجج التي يستخدمونها لإقناع السيدات بالانضمام إلى التنظيمات، والأساليب الإجبارية التي يلجؤون إليها في حالة عدم الاقتناع.

89- Jebelly, Neda. Op.Cit.2017

90- Benzehaf, Bouchaib.Op.Cit. 2017

٩١- مها أحمد عبد العظيم عبدالوهاب، مرجع سابق، ٢٠١٦م.

الإطار النظري للدراسة

المداخل النظرية للدراسة

أ- الصورة الذهنية والإعلامية

تتعدد التعريفات المقدمة لمفهوم الصورة الذهنية بتعدد مجالات الباحثين وباختلاف المنظورات البحثية وهي لا تختلف بشكل جوهري حيث تركز جميعها على العناصر الأساسية في تكوين الصورة الذهنية.

وقد نشأ مصطلح الصورة الذهنية في الغرب مرتبطاً بشكل كبير بعلم النفس الاجتماعي، حيث ظهر عام ١٩٣٦ ميلادياً «لجاك لاكان» في مقالاته «مرحلة المرأة» ففي مرحلة المرأة تنتظم معظم التشكيلات البدائية للحياة النفسية منذ الشهر السادس حتى الشهر الثامن عشر لدى الأطفال الرضع كتوحيدات ذاتية مع صورة الجسم، حيث يفترض «لاكان» أن هناك تشابهاً في وظيفة عمليات التصور لدى الإنسان، وأن هذا التصور يدل على بعد ثابت يوجه الصورة الذهنية^(٩٢).

فالصورة الذهنية هي صورة لشيء أو لشخص في ذهن إنسان ما، أي فكرته التي كونها عن ذلك الشخص وصورته التي رسمها في ذهنه وانطباعه عنها^(٩٣).

وفي تعريف الدكتور على عجوة للصورة الذهنية نجد أنه كان أكثر تحديداً وإحاطة؛ إذ أشار إلى أنها الناتج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد والجماعات إزاء شخص معين أو نظام ما أو شعب أو جنس بعينه أو مناشاة أو مؤسسة أو منظمة محلية أو دولية أو مهنية معينة يمكن أن يكون لها تأثير على حياة الإنسان. وتتكون هذه الانطباعات في ضوء التجارب المباشرة وغير المباشرة، وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم وبغض النظر عن صحة أو عدم صحة معلومات هذه التجارب. فهي تمثل لأصحابها واقعاً صادقاً ينظرون في ضوءه إلى ما حولهم ويفهمون ويقدرّون على أساسها^(٩٤).

٩٢- رجعت الباحثة في هذه النقطة إلى: إيمان سيد علي -. صورة الفتاة كما تعكسها المسلسلات التليفزيونية الأمريكية وعلاقتها بتشكيل الصورة الذهنية عن الفتاة لدى المراهقات، رسالة ماجستير، (عين شمس، قسم الإعلام وثقافة الطفل، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، ٢٠٠٨م)، ص ١٢٢

٩٣- كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية (القاهرة، دار الشروق، ١٩٨٩م)، ص ٢٨٥.

٩٤- عاطف عدلي العبد -. الإعلام والمجتمع، (القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠٠٦م)، ص ٩٥

كما يرى «كينث بلدنج» في كتابه الرائد «الصورة»، أن الصورة الذهنية تتكون من تفاعل معرفة الإنسان بعدة عوامل مثل «المكان الذي يحيا فيه الفرد، موقعه من العالم الخارجي، العلاقات الشخصية وروابط الأسرة والجيران والأصدقاء المحيطين به ، والزمان والمعلومات التاريخية والاجتماعية التي يحصل عليها»^(٩٥). وتوجد عدة أنواع للصور الذهنية وهي^(٩٦):

١. الصورة المرآة: التي ترى المنشأة نفسها من خلالها
 ٢. الصورة الحالية: التي يرى بها الآخرون المنشأة.
 ٣. الصورة المرغوبة: التي تود المنشأة أن تكون لنفسها في أذهان الجماهير.
 ٤. الصورة المثلى: هي أمثل صورة يمكن أن تتحقق إذا أخذنا في الاعتبار منافسة المنشآت الأخرى وجهودها في التأثير على الجماهير، ويطلق عليها الصورة المتوقعة.
 ٥. الصورة المتعددة: تحدث عندما يتعرض الأفراد لممثلين مختلفين للمنشأة يعطي كل منهم انطبعا مختلفا عنها.
- وتتسم الصورة الذهنية أيضا بالعديد من السمات والخصائص التي تتفق مع كونها ظاهرة إنسانية ومن هذه السمات، ارتباطها بالبيئة النفسية للفرد حيث تتأثر بالمعتقدات وتؤثر في السلوك، كما تتحلّى بالقدم والشمولية وتضمن التعميم والاختزال والتجريد، وتتمتع بقدرة كبيرة على النمو الذاتي والتطور بعيدا عن المؤثرات والعوامل الخارجية، ويستغرق بناؤها أيضا وقتًا طويلاً من خلال أسلوب التفكير المنطقي، بالإضافة إلى قدرتها على الحضور في ذهن في مناسبات مختلفة حسب المواقف التي تدخل فيها^(٩٧).

٩٥- المرجع السابق، الموضوع نفسه.

٩٦- المرجع السابق، ص ٩٦

٩٧- رجعت الباحثة في هذه النقطة إلى إيمان السيد على، مرجع سابق، ص ١٣٣-١٣٦.

أما الصورة الإعلامية تعني تلك الصورة الإخبارية التي تستعمل لإثارة المتلقي ذهنيا ووجدانيا، والتأثير فيه حسيا وحركيا، ودغدغة عواطفه لدفعه للتأثر بها، ويشير « Giles & Middleton » (١٩٩٩م)، إلى أن الصورة الإعلامية ما هي إلا واحدة من الرسائل أو الممارسات الضرورية والمهمة التي تضيء بدورها معنى ودلالة على الأحداث أو الفئات الاجتماعية «مثل الصحفيين».^(٩٨)

فالصورة الإعلامية كما ذكر «Hartley» (٢٠٠٢م) هي النموذج المجسم الناتج عن المعاني المجردة التي تنقلها وسائل الإعلام، وتذهب الصورة الإعلامية إلى ما هو أبعد من ذلك حيث تصل إلى التعبير عن أيديولوجية المجتمع السائدة وثقافته الشائعة وتصوراته حول النوع الاجتماعي، والهوية الاجتماعية والثقافية، والعمر، والطبقة الاجتماعية، وقد يتم الاختيار من بين العديد من الرموز والإشارات وانتقاء صور معينة دون غيرها، لذلك ينبغي دراسة الصور والمفاهيم التي يعاد تقديمها من خلال هذه الوسائل سواء في النشرات الإخبارية أو الدراما التليفزيونية والسينمائية^(٩٩)

ب- نظرية الغرس الثقافي

يعد جورج جربنر الأب الروحي لهذه النظرية والتي قام بتطويرها من خلاله أبحاثه الخاصة بتأثير مشاهد العنف، وخلاصة النظرية هي أن تكرار تعرض المشاهد بكتافة لمشاهد ومضامين ورسائل إعلامية مختلفة عن الواقع الاجتماعي من خلال وسائل الإعلام عامة والتلفزيون بشكل خاص يؤدي في النهاية إلى إدراك الجمهور لهذا الواقع المحرف على أنه الواقع الاجتماعي الحقيقي، ونتيجة لذلك فإن هذا الواقع التليفزيوني يكتسب نوعا من الشرعية الاجتماعية مما يؤدي إلى التأثير في سلوك الجماهير^(١٠٠).

98- Judy Gils and Tim Middleton.- **Studying culture: A Practical Introduction** (London: Black-Well, Ltd, 1999) p. 56.

99- John Hartley.- **Communication cultural and Media Studies: The Key Concepts.** (London: Routledge, 2002), p. 202.

١٠٠- فرج الكامل . - بحوث الإعلام والرأي العام: تصميمها وإجراؤها وتحليلها. (القاهرة: دار النشر للجامعات، ٢٠٠١م)، ص٦٤.

وقد توصل فريق «جورج جرينر» إلى النتيجة السابقة من خلال سؤال الجمهور «كثيفي ومعتدل وقليلي المشاهدة» عن عديد من الأمور والتي من بينها درجة احتمال أن يكونوا ضحايا لجرائم العنف من وجهة نظرهم ودرجة الأمن في منطقتهم، وهل معدل انتشار الجريمة في ازدياد في مجتمعاتهم أم لا، وهل النساء أكثر احتمالاً بأن يكن ضحايا للجريمة أم لا^(١٠١).

وتحليل الغرس يعالج على المستوى الكلي تساؤلات حول دور وسائل الإعلام في المجتمع، إلا أن نظرية الغرس الثقافي تفترض أن التلفزيون يخلق وجهة نظر عالمية على الرغم من أنها قد تكون غير دقيقة، إلا أنها تصبح حقيقية واقعية لأن الجمهور يعتقد أنها كذلك^(١٠٢).

ومن خلال تعريف «جرينر» لمفهوم Cultivation بأنه هو «ما تفعله الثقافة بنا» ويمكن تعريف المفهوم ليكون «الغرس الثقافي» حيث تهتم العملية باكتساب المعرفة أو السلوك من خلال الوسيط الثقافي الذي يعيش فيه الإنسان، فكأن البيئة الثقافية بأدواتها هي التي تقوم بعملية الإكساب والتشكيل والبناء للمفاهيم أو الرموز الثقافية في المجتمع، وبجانب أن الغرس الثقافي يعتمد على هيمنة الصورة التلفزيونية على المشاهدين، فإنه يوضحها أيضًا بوصفها مصدرًا للمعلومات والمعارف^(١٠٣).

ومن ضمن فروض نظرية الغرس الثقافي أن رسائل التلفزيون تكون نظامًا ثقافيًا متماسكًا يعبر عن الاتجاه السائد، حيث يعكس التلفزيون الاتجاه السائد لثقافة المجتمع بسبب الدور الفريد الذي يقوم به في حياة الفرد، فهو يقدم عادات يومية وصورًا ذهنية يشترك فيها البشر من كل الطبقات والاهتمامات^(١٠٤)، وكذلك يركز تحليل الإنماء على مساهمة التلفزيون في نقل الصور الذهنية على المدى البعيد^(١٠٥).

101- Rosenberry, Jack & VICKER, Lauren. A.- **Applied Mass Communication Theory**: A Guide for Media Practitioners (United States. Pearson Education, inc, 2009), p.164.

102- BARAN, Stanley. J. & DAVIS, Dennis. K.- **Mass Communication Theory: Foundation, Ferment, and Future** (United States. Thomson Wadsworth, 2009), p324.

١٠٣- محمد عبد الحميد-. نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٠م) ص ٢٦٤
١٠٤- حسن عماد مكاوي ولبلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة. (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٦م) ص ٣٠٥

١٠٥- المرجع السابق، ص ٣٠٦

وتشمل نظرية الغرس الثقافي عدة عناصر هامة وهي «النافذة السحرية» و«التعلم» و «التوحد» ، فيشير بعد «النافذة السحرية» إلى الدرجة التي يعتقد عندها المشاهد أن محتوى التلفزيون تمثيل للحياة الحقيقية، ويشير بعد «التعلم» إلى مدى شعور المشاهدين بأن المحتوى التلفزيوني يقدم إليهم معلومات عن العديد من الموضوعات التي يمكن استخدامها في حياتهم الواقعية، كما يركز بعد «التوحد» على الطريقة التي يتم من خلالها تكوين علاقات بين المشاهد والشخصيات التلفزيونية، فالمتابعون للشخصيات التلفزيونية ربما يفكرون ويقلقون ويتحدثون عن هذه الشخصيات كأنهم يعرفونها وأنها حقيقية^(١٠٦).

تطبيق نظرية الغرس الثقافي على الدراسة

تقوم نظرية الغرس الثقافي على فرض هام، وهو تكرار تعرض المشاهدين بكثافة لمشاهد ومضامين تلفزيونية عن الواقع الاجتماعي يجعلهم يتبنون الواقع الرمزي الذي يعرضه التلفزيون على أنه واقع حقيقي، وبالتالي من الممكن أن تقوم الدراما السينمائية والتلفزيونية بدور في إدراك السيدات عينة الدراسة للواقع المقدم عن المرأة في التنظيمات الإرهابية على أنه واقع حقيقي، وإدراك الصورة المقدمة عن هذه المرأة على إنها صورة حقيقية إذا قدمتها ضمن أحداثها وتعرضت لها سيدات عينة الدراسة بكثافة، وقد يلعب دورًا في تحصين المرأة من الوقوع ضحية لمثل هذه التنظيمات إذا قدمت بالشكل الذي يساهم في ذلك.

تساؤلات الدراسة وفروضها

أولا - تساؤلات دراسة الحالة

١. ما طبيعة الدور الذي قامت به الشخصيات النسائية في مسلسل «غرايب سود».
٢. ما طبيعة الصورة التي يقدمها مسلسل «غرايب سود» عن المرأة التي تعيش داخل معسكرات تنظيم داعش.

١٠٦- مرفت الطرابيشي و عبد العزيز السيد- نظريات الاتصال.(القاهرة: دار النهضة العربية،

٢٠٠٦م) ص ٣١٢-٣١٤

٣. ما طبيعة علاقة المرأة بأبنائها داخل معسكر تنظيم داعش في مسلسل «غرايب سود».
٤. ما طبيعة علاقة المرأة الداعشية بالسيدات داخل وخارج تنظيم داعش .
٥. نوع العمل الإرهابي (الجهاد الزائف) الذي تشارك فيه المرأة داخل تنظيم داعش
٦. أسباب انضمام النساء للتنظيم والمظهر الخارجي لها.
٧. لغة الجسد المستخدمة لدى القيادات النسائية داخل التنظيم.
٨. نظرة القيادات النسائية للأطفال داخل تنظيم داعش.
٩. الهدف من المعالجة الدرامية لصورة المرأة في تنظيم داعش والمقدمة في مسلسل «غرايب سود».

ثانيا: تساؤلات الدراسة الميدانية

١. ما مدى مشاهدة السيدات عينة الدراسة لدراما الفضائيات العربية التي تناقش قضايا الإرهاب.
٢. ما أكثر الأعمال الدرامية التي تشاهدها سيدات عينة الدراسة وتحدثت بواقعية عن قضايا الإرهاب.
٣. كيف قدمت الدراما العربية المرأة في التنظيمات الإرهابية من وجهة نظر عينة الدراسة.
٤. ما طبيعة العلاقة بين السيدات داخل التنظيم الإرهابي من وجهة نظر عينة الدراسة.
٥. ما نوع الجهاد النسائي الذي قدمته الدراما العربية المهتمة بقضايا الإرهاب من وجهة نظر عينة الدراسة.
٦. ما الأنشطة التي تقوم بها السيدات عينة الدراسة أثناء مشاهدتها للدراما العربية المقدمة عن الإرهاب.

٧. ما هي دوافع مشاهدة سيدات عينة الدراسة للدراما العربية المقدمة عن الإرهاب.
٨. ما مدى واقعية المضمون المقدم عن المرأة التي تعيش داخل معسكرات التنظيم من وجهة نظر عينة الدراسة.
٩. ما آراء السيدات عينة الدراسة حول إسهامات دراما الفضائيات العربية المهتمة بقضايا الإرهاب في إدراك الواقع الاجتماعي الفعلي للتنظيمات الإرهابية.
١٠. ما مقترحات سيدات عينة الدراسة بخصوص وضع استراتيجية لحماية المرأة من الانضمام للتنظيمات الإرهابية.

ثالثا: فروض الدراسة

١. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة مشاهدة السيدات عينة الدراسة للدراما المقدمة عن التنظيمات الإرهابية وإدراك الواقع الاجتماعي للمرأة بما يتشابه مع الواقع الافتراضي (النافذة السحرية - التعلم - التوحد - الإيمان بواقعية المضمون)
٢. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل مشاهدة النشطة للدراما المقدمة عن التنظيمات الإرهابية وإدراك السيدات عينة الدراسة للواقع الاجتماعي للمرأة بما يتشابه مع الواقع الافتراضي (النافذة السحرية - التعلم - التوحد - الإيمان بواقعية المضمون)
٣. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع مشاهدة السيدات عينة الدراسة للدراما المقدمة عن التنظيمات الإرهابية وإدراك الواقع الاجتماعي للمرأة بما يتشابه مع الواقع الافتراضي (النافذة السحرية - التعلم - التوحد - الإيمان بواقعية المضمون)
٤. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إدراك المضمون الاجتماعي للمرأة المنضمة للتنظيمات الإرهابية بما يتشابه مع الواقع الافتراضي وفقا للخصائص الديمغرافية.

منهج الدراسة وأدواته

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تستهدف وصف الظاهرة وتحليلها، والكشف عن أسبابها، وقد استخدمت الباحثة في هذه الدراسة أسلوب المسح بالعينة بالنسبة للدراسة الميدانية ودراسة الحالة ولتحقيق هذه الدراسة تم استخدام الأدوات التالية:

١- صحيفة استقصاء للدراسة الميدانية.

٢- استمارة تحليل كيفية لدراسة الحالة .

كما تم الاستعانة بأسلوب دراسة الحالة الذي يعد من أحد التقنيات البحثية الكيفية، والذي يعتمد على العديد من مصادر البيانات الخاصة بدراسة الأفراد والجماعات والأحداث بشكل منظم، فدراسة الحالة ليست مجرد أداة لأنها تضمن استخدام عدد من الأدوات، ثم أنها لا ترتقي لدرجة المنهج ولذلك فهي تكتيك بحثي كفي^(١٠٧).

وتقوم الدراسة الحالية على البحث في كيفية معالجة مسلسل «غرايب سود» لصورة المرأة داخل تنظيم «داعش» كنموذج للتنظيمات الإرهابية القائمة على التورط النسوي في أعمالها الإرهابية.

مجتمع الدراسة الميدانية

يتحدد مجتمع الدراسة في المرأة المصرية التي تشاهد المسلسلات العربية المقدمة عن التنظيمات الإرهابية المختلفة في الوطن العربي.

عينة الدراسة الميدانية

اعتمدت الباحثة في سحب عينة البحث على أسلوب العينة العمدية من السيدات اللائي يشاهدن دراما الفضائيات العربية المقدمة عن التنظيمات الإرهابية، وبلغ حجم العينة ٣٠٠ مفردة من مستويات اقتصادية واجتماعية مختلفة ومن مستويات تعليمية متعددة.

١٠٧- شيماء ذو الفقار زغيب.- مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية.

(القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠١٧م)، ص ٢٢٣.

مجتمع دراسة الحالة

جميع المسلسلات العربية المقدمة عن التنظيمات الإرهابية المختلفة والتي ركزت على واقع المرأة التي تعيش داخل معسكرات التنظيم وصورتها.

عينة دراسة الحالة

تم اختيار مسلسل «غرابيب سود» لتطبيق الدراسة عليه لعدة أسباب:

١. إجراء دراسة استطلاعية على عينة ١٠٪ من السيدات عينة الدراسة الميدانية عن أكثر المسلسلات العربية التي ركزت على واقع المرأة داخل معسكرات التنظيم وكان مسلسل «غرابيب سود» في المركز الأول.

٢. عند إجراء الدراسة الميدانية وسؤال السيدات عينة الدراسة عن أكثر الأعمال الدرامية التي شاهدنها وتحدثت بواقعية عن قضايا الإرهاب، كان مسلسل «غرابيب سود» في الصدارة حيث احتل المركز الأول من بين قائمة الأعمال الدرامية.

٣. يعد مسلسل «غرابيب سود» من المسلسلات القليلة التي ركزت على واقع المرأة داخل التنظيمات الإرهابية وكيفية تجنيدها وتورطها في العمليات الإرهابية واستراتيجية دمجها في التنظيم الإرهابي مع التركيز على الجانب النفسي والتغيرات التي تحدث في عقائدها.

إجراءات الصدق والثبات

تم تحكيم الاستمارة من مجموعة من المحكمين والخبراء من أجل التأكد من مصداقيتها، حيث أبدوا بعض الملاحظات التي أفادت البحث، والتي تمت مراعاتها في الاستمارة.

ثم قامت الباحثة بإعادة توزيع استمارة الاستقصاء على عينة قوامها ١٠٪ من حجم العينة الأساسية خلال فترة تراوحت ما بين أسبوعين من الانتهاء الفعلي لإجراءات الدراسة الميدانية وكانت النسبة (٩٢٪).

المعاملات الإحصائية للبيانات

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، تم إدخالها -بعد ترميزها- إلى الحاسب الآلي، ثم جرت معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج «الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية» والمعروف باسم SPSS اختصاراً لـ: Statistical Package for the Social Sciences ، وذلك باللجوء إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية :

١. التكرارات البسيطة والنسب المئوية
٢. المتوسط الحسابي والانحراف المعياري
٣. الوزن المئوي = (المتوسط الحسابي x ١٠٠) ÷ الدرجة العظمى للعبارة
٤. معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio). وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من ٠,٣٠ ، ومتوسطة ما بين ٠,٣٠-٠,٧٠ ، وقوية إذا زادت عن ٠,٧٠
٥. اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين مستقلتين من الحالات المدروسة في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio).
٦. تحليل التباين ذو البعد الواحد (Oneway Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من الحالات المدروسة في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio) .

٧. الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوي (LSD: Least Significance Difference) لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت ANOVA وجود فروق دالة إحصائية بينها.

- وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة ٩٥٪ فأكثر ، أي عند مستوى معنوية ٠,٠٥ فأقل

نتائج الدراسة

أولاً: دراسة الحالة

١- خصائص العينة

بلغ عدد الشخصيات النسائية في مسلسل «غرايب سود»^(١٠٨) ست عشرة سيدة، وكان عدد الشخصيات الثانوية إحدى عشرة شخصية مقابل خمس شخصيات هامشية، وبالتالي لم تظهر أي شخصية نسائية في دور رئيسي مما يدل على التنميط الجنسي الذي ظهر في فكر تنظيم «داعش»، فعلى الرغم من استغلاله للمرأة وتوريطه لها في الكثير من الأعمال الإرهابية إلا أن القيادة العليا مازالت في يد الذكور ودائمًا ما ينظر للمرأة بشكل ثانوي أو هامشي على الرغم من تكليفه لها بمهام عديدة قيادية .

وانقسمت الشخصيات النسائية داخل العمل الدرامي إلى شخصيات تعيش داخل معسكرات التنظيم وبلغ عددهن ثلاث عشرة شخصية، وشخصيات أخرى تعيش خارج معسكر التنظيم في مناطق واقعة تحت سيطرته وبلغ عددهن ثلاث شخصيات وظهرن في مواقف درامية مؤثرة.

كما تنوعت جنسيات الشخصيات ما بين مصرية وكويتية وسورية وفرنسية وإماراتية، دون التركيز على جنسية كل شخصية على حدة، فقد تتعرف على

١٠٨- مسلسل غرايب سود : جهة الإنتاج: production 03 ، سنة الإنتاج: ٢٠١٧م- تأليف: عبد الله بن بجاد العتيبي- لين فارس، إخراج: حسام قاسم الرنتيسي - عادل أديب.

جنسية الشخصية من اللهجة التي تتحدث بها، وقد لا تستطيع التعرف عليها وإنما من سياق الأحداث والحوارات بين الشخصيات يتم الكشف عن وجود جنسيات مختلفة منضمة إلى تنظيم «داعش».

وتعددت المستويات التعليمية لدى عينة الدراسة ما بين خمس شخصيات ذات تعليم عالي، وإحدى عشرة شخصية غير متصح درجة التعليم لديهن، مما يشير إلى حقيقة أن الدراما تقدم المرأة التي تعيش في أجواء مرتبطة بالتنظيمات الإرهابية دون الاهتمام بإبراز مجال التعليم، وربما يرجع ذلك إلى أن الشخصية الإرهابية عادة ما تكون شخصية غير واضحة بالنسبة للاسم والتعليم والجنسية والمهنة السابقة لها، فدائمًا ما تكون مبهمة، وتظهر بشكل وبصفة وباسم وبوظيفة جديدة تمامًا عن الحقيقة فهم يتلونون حسب أهدافهم، ولكن لم تكن جميع الشخصيات النسائية المقدمة في مسلسل «غرايب سود» إرهابية فهناك ضحايا تم تجنيدهن عنوة وهناك من هن خارج التنظيم واحتك به ولذلك كان لابد للقائمين على العمل الاهتمام بتقديم تفاصيل أكبر عن المستوى التعليمي والمهنة والجنسية حتى تتضح الرؤية لدى المشاهد.

وعن المهن التي تقلدتها النساء في مسلسل «غرايب سود» فكانت المعلمة بواقع مفردتين إحداهما تجندت في تنظيم «داعش»، والأخرى تم القبض عليها في إحدى الحصص المدرسية لأنها جادلت إحدى القيادات النسائية للتنظيم، وأثبتت أمام الجميع أنها مخادعة وليس لها علاقة بالدين الإسلامي ولا تعرف عنه شيء، فتم تليفق تهمة لها ثم سجنها، بالإضافة إلى ذلك فقد ظهرت مهنة الصحفية التي انضمت ظاهريًا للتنظيم رغبةً منها في الكشف عن خفاياه وملابسته والاستراتيجية التي يتبعها في تجنيده للأشخاص وفي ارتكاب أفعاله الإجرامية، كما ظهرت مهنة الطيبة أيضا التي تم تجنيدها بالفعل، والداعية الإسلامية التي خلطت بين الصواب وما ينص عليه الدين الإسلامي، والخطأ والدعوة المحرفة التي ينادي بها التنظيم، وأخيرا مهنة الراقصة التي أهانها ولدها وذهب للتجنيد في «داعش» هروبا من سمعتها، وذهبت ورائه بحشا عنه فاضطرت إلى الانضمام، أما بقية

الشخصيات النسائية (١١ شخصية من إجمالي الشخصيات النسائية) فلم تتضح مهنتهن.

٢- الدور الذي قامت به المرأة داخل أحداث العمل الدرامي

قامت المرأة بعدة أدوار داخل أحداث العمل الدرامي فظهرت في دور واحد إما كامرأة مجندة في التنظيم «عضو فعال» (حالتين) ، أو زوجة (حالتين) ، أو أم (حالتين)، أو سجين (حالتين)، أو مواطنة ليس لها علاقة بالتنظيم ولكنها احتكت به في الواقع (ثلاث حالات) ، وظهرت أيضا في أكثر من دور، أي ظهرت في العمل الدرامي كزوجة وكأم وعضوة في التنظيم مع عرض تفاصيل كل دور ومدى اختلاف شخصياتها وتصرفاتها في كل دور (حالة واحدة)، وهناك دور العضوة والأم معًا وكيفية تعاملها مع أبنائها وهل تفضل عملها كعضوة في التنظيم عن مراعاة لأبنائها وواجبات الأمومة (حالة واحدة)، وهناك دور العضوة والزوجة في نفس الوقت ومدى تغليب واجباتها الزوجية ومراعاة زوجها عن تحقيق أهداف التنظيم أو العكس (ثلاث حالات).

٣- الصورة التي تقدمها الدراما عن المرأة العضوة في التنظيم الداعشي:

قدمت الدراما المرأة داخل التنظيم «الداعشي» واللاقي بلغ عددهن ثلاث عشرة شخصية بخلاف ثلاث شخصيات لسن من أعضاء التنظيم ولكنهن مواطنات احتككن بالتنظيم كما ذكرنا من قبل، وتم معاملتهن بصورة سلبية تحمل كل أشكال القهر والاعتصاب والعنف، فأحدى هذه الشخصيات تم اغتصابها أمام زوجها من أحد قيادات تنظيم «داعش»، والأخرى تم اعتقالها وتلفيق تهمة لها نتيجة لعدم استسلامها للتنظيم ومبادئه، والأخيرة تم قتلها علانية أمام الناس في الشارع لاعتراضها على عدم ارتداء قفاز اليد في يديها وهي تبيع السلع للمواطنين، فتطلب إحدى مجندات «داعش» منها أن ترتدي قفاز اليد مثل ارتدائها النقاب، فتخرج السيدة عن شعورها وتخلع النقاب والعباءة فيتم قتلها أمام ابنها والجميع، أما السيدات اللاتي يقطن داخل مخيمات تنظيم «داعش» فيعاملن بصورة سلبية

بشكل كبير حيث ظهرت تسع شخصيات بصورة السيدة المجهورة على أمرها وسلبية الإرادة ، أما الأربع شخصيات المتبقيات فكانت مكانتهن قوية ولديهن دور فعال لكونهن من قيادات التنظيم «الداعشي» ومسؤولات عن كتائب الجهاد النسائي بمختلف أنواعه، ومن بين الشخصيات المجهورة على أمرها كانت هناك شخصيتان واقعتان تحت أسر تنظيم «داعش» إحداهما كانت تعامل كأمة أي عبدة ويتم تقييد رجلها بسلاسل من حديد وتعمل وتنظف وهي مكبلة فهو نوع من العذاب المفروض عليها داخل التنظيم، والأخرى كانت تُستغل للترفيه عن الرجال المتزوجين ويتم تبرير ذلك بالتفسير الخاطئ لآية «وما ملكت أيمانكم».

كما يوجد عدة مشاهد جماعية لسيدات أسرى مكبلات بسلاسل حديد في أرجلهن ولكن كانت هذه المشاهد تُستخدم للتعبير عن مدى بشاعة تنظيم «داعش» وتجرده من المشاعر وابتعاده كل البعد عن مبادئ وتعاليم الدين الإسلامي بما فيه التعامل مع الأسرى، ولكن لم يتم التركيز الدرامي إلا مع شخصيتين فقط من هذه المجاميع، لتقديم رؤية متعمقة لحال الأسرى المعتقلين دون وجه حق.

٤- علاقة المرأة بأبنائها داخل تنظيم «داعش» في عينة الدراسة

ركز مسلسل «غرايب سود» على علاقة المرأة بأبنائها داخل تنظيم «داعش» ليوضح مدى الاختلاف والتناقض لدى البعض منهن ، وكانت العلاقة بالنسبة لأربع سيدات واللاتي ظهرن في دور الأم مختلفة ، حيث كانت علاقة يشوبها القلق والتوتر على أبنائهن والخوف من انضمامهم للتنظيم والخوف على حياتهم والرغبة في تهريبهم من التنظيم لعلمهن بالنهاية المحتمة لهم وهي الموت وذلك بالنسبة لسيدتين، وعلاقة تفضيل تعاليم التنظيم «الداعشي» والنزول في الجهاد المسلح عن رخصة الطفل الرضيع وتركه يبكي اعتقاداً بأن الجهاد في سبيل الله - وفقاً لما يتم ترديده داخل التنظيم - أهم من رعاية الابن وتغذيته، وعلاقة أخرى يشوبها قتل الأبناء بوضع سُم في الطعام اقتناعاً بأن الزوج والأولاد كفار والرغبة في الزواج من أمير الجماعة .

ويتضح من هذا أن للأسف التنظيم «الداعشي» بدأ يفتت علاقة الأم بأبنائها والقضاء على مشاعر الأمومة، فقد تترك الأم الرضيع جائعًا وتنسى واجباتها كأم بل تنسى مشاعر العطف والحنان المفترض وجودها عند أي إنسان في سبيل تنفيذ الدعوة المزيفة والجهاد المخادع، وقد تقتل أبنائها بيديها وبوعي كامل للاقتناع بأن هؤلاء الأبرياء والملائكة كفار مثل أباهم .

٥- علاقة المرأة «الداعشية» بغيرها من السيدات داخل وخارج التنظيم «الداعشي»

عند الحديث عن العنف ضد المرأة يتبادر لأذهاننا أن مرتكب العنف هو الرجل فقط ، ولكن ظهر نوع جديد من مرتكبي العنف في مسلسل «غرايب سود» وهو المرأة ذاتها فالمرأة داخل التنظيم الإرهابي قد تمارس العنف مع السيدات الأخريات المتواجדות معها داخل التنظيم وفي الغالب يكون بين قيادات التنظيم النسائي وبين أعضاء التنظيم أو بين قيادات التنظيم والمواطنين خارج التنظيم، فظهرت علاقة القهر والاستعباد في علاقة كل من «أم قتيبة» و «أم الحارث» و«الخنساء» مع باقي السيدات داخل التنظيم وخارجه، أما بقية السيدات فكانت العلاقة بينهن يشوبها الصداقة والمحبة لمحاولة التغلب على ظروف الحياة الصعبة التي يفرضها عليهن التنظيم «الداعشي».

٦- نوع الجهاد المشاركة فيه المرأة داخل تنظيم داعش «في عينة الدراسة»

اتضح من نتائج الدراسة أن أكثر أنواع الجهاد الذي شاركت في المرأة في «مسلسل غرايب سود» كان الجهاد المسلح» حيث وصل إلى ٣٨,٤% (٥ مفردات من ١٣ مفردة)، يليه جهاد النكاح بنسبة ٣٠,٨% (٤ مفردات)، ثم الجهاد الإلكتروني بنسبة ١٥,٤% (مفردتين)، ولم يتضح نوع الجهاد الذي شاركت فيه شخصيتان وكانتا من الأسرى وبلغت نسبتهما ١٥,٤%، وبالرغم من ارتفاع نسبة اشتراك المرأة في الجهاد المسلح إلا أن هناك عضوة من التنظيم مشتركة فيه بشكل ظاهري للكشف عن خبايا التنظيم ضمن مخطط مدروس وبالتالي فعليه سيتساوى عدد المشاركات في الجهاد المسلح مع جهاد النكاح، وفي جميع الأحوال فدخل المرأة مجال

القتال يوسع من دائرة عدد المقاتلين لتنظيم «داعش» والثروة البشرية القتالية لهم وهو الهدف الأساسي الذي يسعون وراءه، بالإضافة إلى أن جهاد «النكاح» هو من أهم الأسلحة التي يستخدمها تنظيم «داعش» في معاركه حيث يعد من الأساليب المضمونة النتائج لجذب أعضاء جدد للتنظيم والترفيه عن الأعضاء القدامى، وفي كلتا الحالتين يتم استغلال المرأة أسوء استغلال.

٧- أسباب انضمام النساء لتنظيم «داعش» في عينة الدراسة

يعد الانخداع في مبادئ التنظيم والوقوع تحت التهديد هما من أكثر الأسباب التي دفعت النساء للانضمام لتنظيم «داعش» حيث جاء في المركز الأول فبلغت نسبة كل منهما ٣٠,٨٪، يليه الوقوع في حب أحد أعضاء التنظيم من الرجال في المركز الثاني بنسبة ١٥,٣٪، ثم في المركز الثالث الانتقام، والبحث عن الشهرة والمال بنسبة ٧,٧٪ لكل منها، وأخيراً لم يتضح سبب انضمام عضوة واحدة من التنظيم ولم تركز الأحداث الدرامية عليه، ومن هنا يتضح أن الهروب من مشاكل الحياة الشخصية والفقر والبطالة قد تجبر بعض السيدات علي الانخداع بمبادئ التنظيم وأنه الملجأ الأخير لها ولذلك فالسببان مرتبطان ببعضهما البعض، بالإضافة إلى أن هناك وسيلة لجذب السيدات من خلال التأثير على عاطفتهم وربطهن بعلاقات عاطفية مع أفراد التنظيم تجعلهن يُجبرن نفسياً على استكمال وجودهن في التنظيم الإرهابي لعدم قدرتهن على ترك أحبائهن، مما يوضح وجود استراتيجية متعمقة ومدروسة لكيفية توريث العنصر النسوي في تنظيم «داعش» والبقاء فيه، والشكل التالي يوضح ما تم ذكره سابقاً:

شكل رقم (١)

أسباب انضمام النساء لتنظيم داعش في مسلسل «غرايب سود»



٨- المظهر الخارجي للمرأة في مسلسل «غرايب سود» عينة الدراسة.

توحد المظهر الخارجي للمرأة المقدمة في مسلسل «غرايب سود» بشكل كبير سواء المرأة المنضمة للتنظيم «الداعشي» أو المواطنة التي تعيش خارج التنظيم، فقد كان الخمار والنقاب الأسود المكتوب عليه «لا اله الا الله محمدا رسول الله والزي «الداعشي» من عباءة سوداء أو «أفارول» شرعي وقفاز اليد هو الزي الموحد لجميع نساء تنظيم «داعش»، بالإضافة إلى فرض النقاب وقفاز اليد والعباءة على السيدات خارج التنظيم ومن لا تلتزم به يتم قتلها.

٩- لغة الجسد المستخدمة لدى القيادات النسائية في مسلسل «غرايب سود» عينة الدراسة.

جميع القيادات النسائية واللاقي بلغ عددهن أربع شخصيات من إجمالي عدد الشخصيات النسائية التي ظهرت في المسلسل وهم ست عشرة شخصية (ثلاث عشرة شخصية تعيش داخل معسكرات التنظيم وثلاث شخصيات خارج المعسكر)، كانت تعبيرات الوجه جامعة بين العبوس والابتسامة وإن كان يغلب عليها العبوس في كثير من الأحيان- صوتهن مرتفع لدرجة تقرب من الصراخ - لديهن

نبرة حماسية للتشجيع على القيام بالأعمال الإرهابية، يستخدم ألفاظاً جاحدة ،
وعبارات مرتبطة بالأسى والظلم.

ومن العبارات والجمال التي نطقت بها هذه السيدات في بعض المشاهد
الدرامية كالآتي:

— «أم الحارث» في اجتماعها مع المجنندات الجدد تقول «أخواتي المؤمنات،
جراكن خيراً أخواتي، بشراكن الجنة، فاستمعن إلى وائصتن، جراكن الله
خيراً.

— إن الدولة الإسلامية تنادكن فلبين النداء، أخواتي إننا نتعرض لمؤامرة كبرى
الهدف منها القضاء على الإسلام، وصفوف مجاهديننا تعاني من النقص،
لقد تجند الأطفال والآن جاء دورنا، ولأنكن عفيفات شريفات، لن ندعكن
في متناول الأيدي، إنها مهمات استشهادية، فحي على الجهاد يا أخواتي،
الله أكبر، الله أكبر، الله أكبر.

— «الخنساء» في اجتماع لها مع سيدات التنظيم تقول «يا أخت الإسلام، يا
أمة الرحمن، يا من فقدت زوجها وحبیبها، يا من فقدت أمًا وأبًا، يا من
فقدت أخًا وأخًا، اليوم فتحنا شبابك التذاكر للقائهم في الفردوس الله
أكبر، الله أكبر، الله أكبر

١٠- نظرة القيادات النسائية للأطفال داخل تنظيم «داعش» في عينة الدراسة.

جميع القيادات النسائية في مسلسل «غرايب سود» على اقتناع بتجنيد
الأطفال في كتائب جهادية والانضمام لصفوف المجاهدين لتعويض النقص في
العدد، ويتمنين شهاداتهم مبشرين ذلك بأنهم في الفردوس الأعلى وأنه وسام
شرف لهم، والأمر غير متعلق بأطفال الغير فقط ، فهناك إحدى القيادات لديها
طفل رضيع على اقتناع تام بأنه سيكون في صفوف كتيبة «فتيان الجنة» -كتيبة
جهادية يجندون فيها الأطفال ويتم تدريبهم على كافة فنون القتال والعمليات
الإرهابية -عندما يكبر معتقدة بذلك أنها تنفذ شريعة الله وأنها أنجبت مقاتل
يجاهد في سبيل الله.

وهناك حوار في أحد مشاهد المسلسل يدور بين سيدة انضمت لتنظيم «داعش» مقتنعة بأنه الملجأ الوحيد لها ولحماية طفلها بعد هروبها من حياتها الزوجية لأسباب معينة، وعندما ذهبت إلى مقر التنظيم وتعارفت على «أم الحارث» إحدى قيادات التنظيم اكتشفت أنها وقعت في مأزق كبير وأنها ستكون السبب في مقتل أبنائها وكان الحوار كالتالي بين أم الحارث والأم وطفلها:

— أم الحارث: تحلي بالصبر ، ستصبح مع فتیان الجنة، وستمسك رشاشاً حقيقياً ، وليست لعبة كالتي معك، ستقتل بها الكفار والمجوس لعنهم الله.

— الطفل: ستعطيني رشاشاً حقيقياً ، يطلق رصاص ويذبح .

— أم الحارث: طبعاً وسيعطونك سكيناً يحفر عليها أسمك تنحر بها رقاب الكفار، حياك الرحمن يا أم أحمد وجزاكي خيراً عن أبنائك بضمهم لصوف المجاهدين، وعسى الله أن يقر عينيك بشهادتهم.

— الأم « أنا ما جبتهموش علشان يموتون، الله يحفظهم لي.

— أم الحارث: ما بك ! أترفضين الشهادة .

— الأم: لا، مارفضتش الشهادة... أقصد أنهم أطفال لا يفهموا شيء، صغار على الأمور هذه .

— أم الحارث: يبدو أن قلبك معلق بهما أكثر من خالقهم ، خافي الله... إذا لم تأتي للشهادة لما أنت هنا؟

١١- الهدف من المعالجة الدرامية لصورة المرأة في تنظيم «داعش»

يعد الهدف الأساسي لمسلسل «غرايب سود» هو إلقاء الضوء على الحياة داخل معسكرات تنظيم «داعش» في سوريا والعراق ، بالإضافة إلى مجموعة من الأهداف الفرعية مثل التعرف على الاستراتيجية التي يعمل من خلالها تنظيم «داعش» والأهداف الكامنة وراء الأفعال الإرهابية المناقضة للأهداف المعلنة ، والأساليب التي يستخدمها في تجنيد الشخصية ، وكذلك إلقاء الضوء على كيفية انضمام النساء إلى

تنظيم «داعش» من أجل المشاركة في العمليات الجهادية ، وعمليات غسل المخ وغرس المعتقدات والأفكار في الأطفال الصغار والنساء ، وأخيراً محاربة الفكر المتطرف وتوعية الشباب ضد مخاطر هذا الفكر الإرهابي والوقوع ضحايا له.

ومن خلال دراسة مسلسل «غرايب سود» تم الكشف عن شخصية نسائية ليست من المجندات في تنظيم «داعش» وليست من المواطنين المقيمين خارج التنظيم ولكن كانت حبيبة أمير الخلية ومتزوجة منه في الخفاء، ولا يعلم عنها أحد شيء من أعضاء التنظيم، هذه السيدة تعيش في مسكن متوافر فيه كل ما هو محرم خارج المنزل من وسائل ترفهية وخلافه، فكأنك انفصلت عن التنظيم وما ينادى به داخل التنظيم لمكان آخر به كل ما هو مناقض للتنظيم الداعشي تحت قيادة أمير الخلية، كما أنها في ملابسها مختلفة تماماً عنهم، ولكن لم يوضح المسلسل أي تفاصيل عن هذه السيدة ولم يقدم عنها أي معلومات وقدمها بشكل مبهم ، ولكنه ركز على علاقتها بأمر الخلية ومدى تعلقه بها وأنها مصدر ثقته الوحيد ودائماً ما يرغب في إبعادها عن التنظيم لأنه يعلم أن الفكر الداعشي هو فكر يستهدف تحقيق مصالح دول كبرى ويستهدف نشر الإرهاب والتطرف وليس نشر الدعوة الإسلامية كما يزعمون.

ولم يتم إدراك هذه السيدة ضمن العينة لعدم توافر فئات تحليلية كثيرة مرتبطة بها، ولذلك تم الحديث عنها بشكل مستقل.

ثانياً: نتائج الدراسة الميدانية

١- خصائص العينة

تشكل عينة الدراسة هنا من السيدات المصريات التي يشاهدن الدراما المقدمة عن التنظيمات الإرهابية، واختلفت الفئات العمرية لعينة الدراسة فقد كانت نسبة السيدات اللاتي تتراوح أعمارهن من ١٨ لأقل من ٢٥ سنة ٢٩,٧٪، ومن ٢٥ لأقل من ٣٥ سنة ١٥,٧٪، ومن ٣٥ لأقل من ٤٥ سنة ٣٨,٣٪، وأكثر من ٤٥ سنة ١٦,٣٪. أما عن المستوى التعليمي فقد كانت نسبة الحاصلات على المؤهل المتوسط ٣٥,٧٪، والمؤهل الجامعي ٣٥,٧٪، والمؤهل فوق الجامعي والدراسات

العليا ٢٨,٦٪، وعن عمل المرأة فقد كانت نسبة من يعملن ٤٩,٧٪ مقابل ٥٠,٣٪ غير عاملات كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (١)

خصائص العينة الميدانية

السيدات عينة الدراسة	ك	%
المنات العمرية	من ١٨ سنة لأقل من ٢٥	٢٩,٧
	من ٢٥ سنة لأقل من ٣٥	١٥,٧
	من ٣٥ سنة لأقل من ٤٥ سنة	٣٨,٣
	٤٥ سنة فأكثر	١٦,٣
	الإجمالي	١٠٠
المستوى التعليمي	مؤهل متوسط	٣٥,٧
	جامعي	٣٥,٧
	دراسات عليا	٢٨,٦
	الإجمالي	١٠٠
العمل	يعمل	٤٩,٧
	لا يعمل	٥٠,٣
	الإجمالي	١٠٠

٢- حجم ودرجة تعرض العينة للدراما المقدمة عن الإرهاب

أولا: مدى مشاهدة المرأة للدراما المقدمة عن الإرهاب

جدول رقم (٢)

مشاهدة المرأة للدراما المقدمة عن الإرهاب

المشاهدة	ك	%
دائما	١٣٤	٤٤,٧
أحيانا	١٢٠	٤٠
نادر	٤٦	١٥,٣
الإجمالي	٣٠٠	١٠٠

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن معظم مفردات العينة يشاهدن الدراما المقدمة عن الإرهاب بشكل دائم حيث بلغت نسبتهن ٤٤,٧٪، مقابل ١٥,٣٪ يشاهدونها بشكل نادر، في حين أن ٤٠٪ يشاهدونها أحيانا. ثانياً: متوسط عدد ساعات المشاهدة للدراما المقدمة عن الإرهاب

جدول رقم (٣)

متوسط عدد ساعات المشاهدة

عدد ساعات المشاهدة	ك	%
أقل من ساعة	١٤٣	٤٧,٧
من ساعة لأقل من ٣ ساعات	٩٢	٣٠,٧
٣ ساعات فأكثر	٦٥	٢١,٦
الإجمالي	٣٠٠	١٠٠

يتضح من بيانات الجدول السابق أن قرابة نصف حجم العينة من السيدات يشاهدن الدراما المقدمة عن التنظيمات الإرهابية لمدة أقل من ساعة حيث بلغت نسبتهن ٤٧,٧٪، و ٣٠,٧٪ يشاهدن من ساعة لأقل من ٣ ساعات، و ٢١,٦٪ لأكثر من ثلاث ساعات.

ثالثاً: عدد أيام مشاهدة دراما الإرهاب

جدول رقم (٤)

عدد أيام المشاهدة

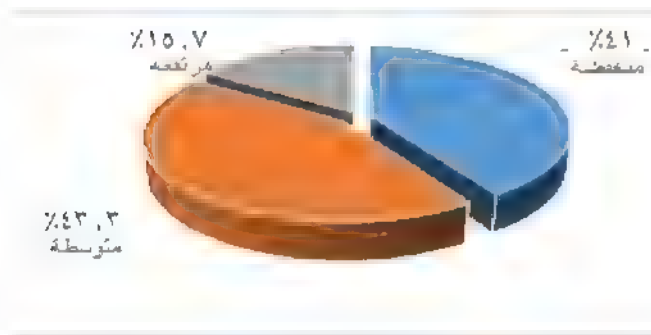
عدد أيام المشاهدة	ك	%
يوم أو يومين	١٢١	٤٠,٣
من ٣ - ٤ أيام في الأسبوع	٤٧	١٥,٧
من ٤ - ٥ أيام في الأسبوع	٩٣	٣١
من ٦ - ٧ أيام في الأسبوع	٣٩	١٣
الإجمالي	٣٠٠	١٠٠

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن غالبية مفردات عينة الدراسة تشاهد الدراما المقدمة عن الإرهاب لمدة يوم أو يومين مقابل ١٣٪ يشاهدونها من ٦-٧ أيام، في حين أن ٣١٪ من ٤-٥ أيام، و١٥,٧٪ من ٣-٤ أيام، وبالتالي يتضح أن نسبة ضئيلة هي التي تشاهد دراما الإرهاب طوال الأسبوع والأغلب يشاهدونها في عدد أيام أقل مقارنة بما سبق.

ومما سبق تم تصميم مقياس لحجم تعرض المرأة المصرية عينة الدراسة للدراما المقدمة عن الإرهاب كما هو موضح في الشكل التالي:

شكل رقم (٢)

توزيع نسبي لحجم تعرض العينة
للدراما المقدمة عن الإرهاب



ويتضح من الرسم السابق أن غالبية مفردات العينة يشاهدن الدراما المقدمة عن الإرهاب بشكل متوسط، مما قد يكون له تأثير في تشكيل صورة ذهنية لجمهور السيدات عينة الدراسة عن وضع المرأة في التنظيمات الإرهابية ولكن قد يكون التشكيل بنسبة ما مرتبط ببعض العوامل الديموجرافية من نوع العمل ومستوى التعليم والخبرات السابقة لعينة الدراسة، وقد يكون بشكل حذر وسيوضح ذلك في السطور القادمة.

٣- أكثر الأعمال الدرامية التي شاهدها السيدات عينة الدراسة وتحدثت بواقعية عن قضايا الإرهاب.

تعددت الأفلام والمسلسلات التي تشاهدها السيدات عينة الدراسة والمقدمة عن التنظيمات الإرهابية ولكن كان مسلسل «غرابيب سود» في المكانة الأولى بنسبة ٤٣,٣٪، يليه فيلم الإرهابي بنسبة ٤٢٪ في المرتبة الثانية، ثم فيلم «الخلية» في المرتبة الثالثة بنسبة ٣٨٪، وفي المرتبة الرابعة مسلسل العائلة بنسبة ٣٦,٧٪، أما بقية المسلسلات والأفلام فقد جاءت بنسب أقل من ٣٠٪ بدءاً بمسلسل «كلبش» الذي بلغت نسبته ٢٧,٧٪ وانتهاءً بفيلم «الإرهاب» والذي بلغت نسبة مشاهدته ١٨,٧٪، ومن هنا يتضح أن أكثر الأعمال الدرامية مشاهدة هي بالفعل التي تناولت واقع التنظيمات الإرهابية بشكل أكثر تفصيلاً متطرفة فيه لعقلية الإرهابي وكيفية تجنيده والأساليب المستخدمة في ذلك، وتنوعت ما بين أعمال قديمة نسبياً مثل «العائلة» و«الإرهابي» وأعمال حديثة نسبياً مثل «غرابيب سود» و«الخلية» والجدير بالذكر أن أكثر عمل درامي تشاهده النساء عينة الدراسة هو أكثر عمل تطرق لدور المرأة داخل التنظيمات الإرهابية في العصر الحالي سواء كان دوراً سلبياً أم إيجابياً وهو مسلسل «غرابيب سود» مما يمكن أن يكون له تأثير في تشكيل صورة ذهنية عن المرأة داخل هذه التنظيمات وفقاً للمعالجة الدرامية للمسلسل، كما هو موضح في الجدول التالي.

جدول رقم (٥)

الأعمال الدرامية الأكثر مشاهدة

الأعمال الدرامية الأكثر مشاهدة	ك	%
مسلسل غرابيب سود	١٣٠	٤٣,٣
فيلم الإرهابي	١٢٦	٤٢
فيلم الخلية	١١٤	٣٨
مسلسل العائلة	١١٠	٣٦,٧
مسلسل كلبش	٨٣	٢٧,٧
مسلسل عمر المصري	٨٠	٢٦,٧
مسلسل عوالم خفية	٧٧	٢٥,٧
مسلسل الأخت تريز	٧٢	٢٤
مسلسل مليكه	٧٢	٢٤
فيلم ليلة البيبي دول	٦٩	٢٣
مسلسل ليالي الحلمية	٦٦	٢٢
مسلسل حواري بوخارست	٦٤	٢١,٣
فيلم الإرهاب والكباب	٦١	٢٠,٣
فيلم الإرهاب	٥٦	١٨,٧
جملة من أجابوا	٣٠٠	

٤- الصورة الذهنية التي قدمتها الدراما العربية عن المرأة في التنظيمات الإرهابية

ظهرت المرأة العربية في أكثر من دور داخل الدراما المقدمة عن التنظيمات الإرهابية ، فقد ظهرت في دور عضو في التنظيم له مهام يقوم بها مثلها مثل الرجل، وظهرت أيضا في دور الزوجة لأعضاء التنظيمات الإرهابية التي تعيش معهم داخل مقرهم، وفي دور الأم التي أنجبت أطفالا وجُند أبناءها في كتيبة جهادية ، وأخيرا ظهرت في دور الأسيرة التي تم أسرها من المناطق الواقعة تحت سيطرة التنظيمات الإرهابية، وعند سؤال السيدات عينة الدراسة عن صورة المرأة داخل التنظيمات

الإرهابية المقدمة في الدراما العربية جاء في المرتبة الأولى أنها أنانية لا تحب غير نفسها وتولي المناصب القيادية بوزن نسبي ٧٢,٣٪، يليها في المرتبة الثانية أن لها مكانة قوية ودور فعال داخل التنظيم الإرهابي بوزن نسبي ٦٩,٨٪، وفي المرتبة الثالثة أن المرأة قلوقة وخائفة على حياة أبنائها بوزن نسبي ٦٨,٢٪، وفي المرتبة الرابعة أنها قاسية ومفضلة لتعاليم الدين الإسلامي بوزن مثوي ٦٥,٧٪، وفي المرتبة الخامسة أن دورها سلبي ومجبورة على أمرها بوزن مثوي ٦٤,٤٪، وفي المرتبة السادسة أنها سحينة بوزن مثوي ٦٣,٤٪، وفي المرتبة السابعة أنها خادمة بوزن مثوي ٥٨,٣٪، وفي المرتبة الثامنة أنها وسيلة لإنجاب الأطفال وتجنيدهم فيما بعد بوزن مثوي ٥٦,٧٪، وفي المرتبة التاسعة أن عند أسرها والقبض عليها يتم استغلالها لمتعة أعضاء التنظيم حتى المتزوج منهم بوزن مثوي ٥٤,٨٪، وفي المرتبة العاشرة أن زوجها يعاملها على أنها وسيلة للمتعة فقط بوزن مثوي ٥٣,٨٪ وفي المرتبة العاشرة والمرتبة الأخيرة أنها إنسانة لها احترامها وكيانها بوزن مثوي ٥٢,٧٪.

ومما سبق يتضح أن أكثر العبارات التي حظيت بتأييد مفردات عينة الدراسة كانت مرتبطة بتقديم صورة سلبية للمرأة من الأنانية وحب النفس وتولي المناصب القيادية، وأقل العبارات تأييدا كانت مرتبطة بالاحترام والتقدير لإنسانية المرأة، مما يوضح أن الدراما المقدمة عن التنظيمات الإرهابية حاولت تقديم المرأة المنضمة للتنظيمات الإرهابية بشكل سلبي والجدير بالذكر أن ذلك ارتبط بمحور صورة المرأة كزوجة مما يوضح أن التنظيمات الإرهابية لا تراعي أي شريعة إسلامية وما ينص على تعاليم الدين الإسلامي من احترام المرأة والمحافظة على مشاعرها وكيانها وأن هذه التنظيمات كيانات زائفة تتاجر بالدين، كما أن ارتباط المرأة بصفات الأنانية وحب النفس وتقلد المناصب يضع المرأة في قالب المنافسة مع الرجل داخل التنظيم الإرهابي وفي الحقيقة هذه الصفة ارتبطت بشكل كبير بالنسبة لصورة المرأة الأم داخل التنظيمات الإرهابية، فقد فضلت تنفيذ الشريعة الوهمية من أجل تحقيق مصالحها على حساب أبنائها، بالإضافة إلى ما سبق فنجد أن تقديم المرأة كعضو في التنظيم له كيان قوي وفعال لا يعد تقديم إيجابي

على الرغم أنه يحمل صفة الإيجابية الزائفة فالقوة والفاعلية هي صفات إيجابية ولكن تكون ذات تأثير سلبي عندما يرتبط ذلك بأفعال إجرامية وإرهابية، والصورة تحمل دلالات كثيرة فدخل المرأة في كيانات التنظيمات الإرهابية والانضمام إليها والقيام بدورها على أكمل وجه يدل على تطور الفكر الإرهابي ومحاولة الاستفادة قدر الإمكان من إمكانيات كل نوع وكل عمر، ونجاح المرأة في هذا الدور هو بمثابة ناقوس يدق باب الخطر حيث بدأت المرأة تتخلى عن صفاتها وواجباتها في سبيل الحصول على تحقيق الذات الزائف، وفيما يلي جدول موضح لما تم ذكره سابقاً:

جدول رقم (٦)

آراء السيدات عينة الدراسة في الصورة المقدمة عن المرأة

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		درجة الموافقة	
			%	ك	%	ك	%	ك	العبارة	
٦٩ ٨	٠,٨١	٣,٠٩	٣٨ ٣	٨٥	٣٤	١٠٢	٣٧,٧	١١٣	كعضو في التنظيم	لها مكانة ضوئية ودور فعال
٦٤ ٤	٠,٨٢	١,٩٣	٣٧ ٢	١١٢	٣٢	٩٦	٣٠,٧	٩٢		دورها سلبي ومجبورة على أمره
٧٢ ٣	٠,٦٩	٢,١٧	١٧	٥١	٤٩	١٤٧	٣٤	١٠٢	كام داخل التنظيم	اثنية لا تحب غير نفسها وتولي المدينت القيادية
٦٨ ٢	٠,٧١	٣,٠٥	٣٦ ٧	٨٠	٤٢	١٢٦	٣١,٣	٩٤		قوية وخائفة عسى حبة أناتها
٦٥ ٧	٠,٧٦	١,٩٧	٣٠ ٦	٩٣	٤١ ٧	١٢٥	٣٧,٧	٨٣		قاسية مفصلة تعاليم التنظيم الإرهابي على حباه أساتها

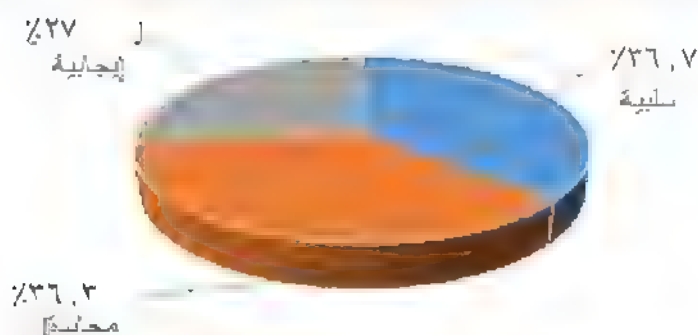
٥٦,٧	٠,٦٨	١,٧٠	٤٢,٦	١٢٨	٤٤,٧	١٢٤	١٢,٧	٢٨	وسيلة لإبعاد الأطفال وحندهم فهم بعد	كزوجة داخل التنظيم
٥٢,٨	٠,٧٠	١,٦١	٥١,٣	١٥٩	٣٦	١٠٨	١٢,٧	٢٨	وسيلة للعصيان على اجتماعه	
٥٢,٧	٠,٦١	١,٥٨	٥١,٦	١٥٥	٣٨,٧	١١٦	٩,٧	٢٩	تساقط لها حترمها وكنائها	
٦٣,٤	٠,٦٤	١,٩٠	٣٥,٧	٧٧	٥٨,٢	١٧٥	١٦	٤٨	معبئة	كأسيرة داخل التنظيم
٥٨,٣	٠,٦٣	١,٧٥	٣٥,٤	١٠٦	٥٤,٣	١٦٣	١٠,٣	٣١	خادمة	
٥٤,٨	٠,٦٤	١,٦٤	٤٤,٣	١٣٣	٤٧	١٤١	٨,٧	٢٦	وسيلة لمصلحة	
			٣٠٠						جملة من اجابوا	

وقد تم إعداد مقياس موضح للصور الذهنية المختلفة المقدمة عن المرأة داخل التنظيمات الإرهابية وانقسمت هذه الصورة وفقاً للأدوار التي قامت بها المرأة داخل الأحداث الدرامية ما بين دور الزوجة ودور الأم ودور عضو مجند في العمليات الإرهابية ودور الأسيرة.

أولاً: كعضو في التنظيم

شكل رقم (٣)

توزيع نسبي لصورة المرأة كعضو في التنظيم



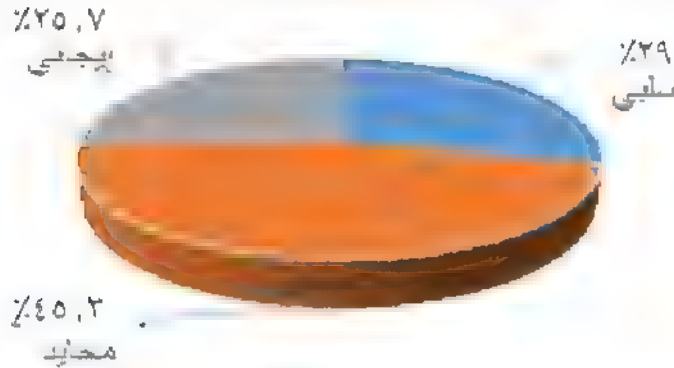
يشير الرسم السابق أن المرأة قُدمت بشكل سلبي عند قيامها بدور العضو المجند في التنظيمات الإرهابية، وهذه نتيجة إيجابية في حد ذاتها، مما قد يكون له تأثير فعال على الجمهور المشاهد لهذه الدراما من النساء وعدم التفكير في خوض هذه التجربة ودخول أي تنظيم إرهابي لمجرد الهروب من المشاكل التي تواجههن، والإخفاق في حلها فتحاولن النجاح بطريقة أخرى حتى وإن كانت غير مشروعة ، فعلى سبيل المثال في مسلسل «غرايب سود» أحد الأعضاء المجندات من السيدات قد انضمت إلى التنظيم لرغبتها في أن تكون أميرة للجماعة مثلها مثل الرجل فلديها طموح تريد تحقيقه من خلال الأعمال الإجرامية الإرهابية، وأخرى انضمت للتجنيد حباً في أمير الجماعة وليس اقتناعاً باستراتيجية التنظيم وفكره ، وهناك من انضمت للتنظيم بشكل مجبر في أول الأمر بعد اختطافها تحت شعار الزواج وممرور الوقت اقتنعت بتطبيق الشريعة الإسلامية الزائفة لتحقيق أهدافها الخاصة من إثبات الذات والانتقام من الغير والرغبة في الثراء، واتفقت هذه النتيجة مع ما توصلت له دراسة الحالة التي أجرتها الباحثة في أن المرأة تقدم بشكل سلبي فيما عدا قيادات التنظيم النسائي.

وفي مسلسل «مليكة» كانت البطلة عضوة في تنظيم إرهابي لم تتضح هويته وسبب انضمامها تأكيد الذات وتمردها على نفسها بسبب طبيعة شخصيتها الهادئة السلبية التي نشأت عليها، والقالب الذي وضعته لها أسرتها، والرغبة في الانتقام منهم، وأن تصبح زمام الأمور في يديها وأن تكون مصدر الخوف والترهيب لمن حولها.

ثانياً: كأم داخل التنظيم

شكل رقم (٤)

توزيع نسبي لصورة المرأة كأم داخل التنظيم



اتضح من الرسم السابق أن المرأة قُدمت بنسبة كبيرة بشكل محايد في دور الأم التي تعيش داخل التنظيمات الإرهابية وذلك وفقاً لآراء عينة الدراسة ، وقد يرجع ذلك أن فكرة وجود أم تعيش في التنظيمات الإرهابية هي فكره غير اعتيادية، وفي كثير من الأحيان تكون الأم غاضبة على ابنها إذا انضم للجماعات الإرهابية وتعيش بمعزل عنه وليس داخل كيان التنظيم ، وإن عاش معها فيكون للتستر من الشرطة ثم يهرب بعد ذلك، أما فكرة أن تعيش أم بأبنائها داخل تنظيم إرهابي يتم فيه تدريب الأعضاء والأطفال والنساء على ارتكاب الجرائم الإرهابية بجدارية وتجنييد الأطفال في كتائب خاصة بهم، هي فكره غير منتشرة في التنظيمات الإرهابية القديمة وظهرت بظهور الفكر الداعشي ، ولم تتناول الدراما كثيراً هذا الفكر إلا في بعض الاعمال الفنية التي تعد قليلة مقارنة بالأعمال الفنية التي تتحدث عن الفكر الإرهابي التقليدي حتى الآن.

بينما ظهر في دراسة الحالة تأثير تنظيم «داعش» على علاقة الأم بأبنائها والقضاء على مشاعر الأمومة، فقد ترك الأم الرضيع جائعاً وتنسى واجباتها كأم بل تنسى مشاعر العطف والحنان المفترض وجودها عند أي انسان في سبيل تنفيذ الدعوة المزيفة والجهاد المخادع بالرغم أنها من القيادات النسائية التي تنادي بنشر الدين الإسلامي والدعوة له، وقد تقتل أخرى أبنائها بيديها وبوعي كامل للاقتناع بأن هؤلاء الأبرياء والملائكة كفار مثل أباهم ... وهي أيضاً من قيادات التنظيم

«الداعشي»، على الرغم أن هناك سيدتين انضمتا للتنظيم بسبب أبنائهن إحداهما ذهبت لاسترجاعه لمصر بعد تركه لها بسبب مهنتها، والأخرى خوفًا على أبنائها.

ثالثًا: كزوجة داخل التنظيم

شكل رقم (٥)

توزيع نسبي لصورة المرأة كزوجة داخل التنظيم

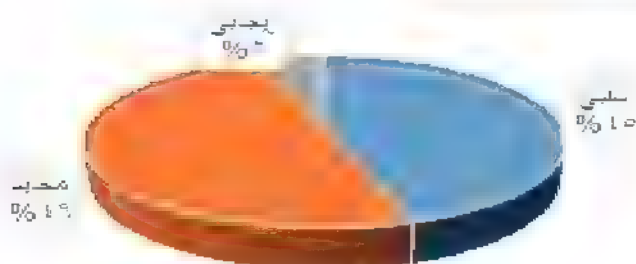


قُدمت المرأة في دور الزوجة بشكل سلبي بنسبة كبيرة من وجهة نظر مفردات عينة الدراسة، مما يوضح أن الزوجة أداة لتحقيق المتعة للرجل، ولإنجاب الأطفال الذين يجندوا فيما بعد - بينما احترام الزوجة وكيانها ومشاركتها في أمور الحياة، ومساعدتها على تطوير نفسها والرغبة في تثقيفها ومراعاة مشاعرها وتحقيق الأمن والأمان لها فذلك بعيد بشكل كبير عن الزوج الإرهابي الراغب دائمًا في استعبادها ومعاملتها بشكل سيء فيما يحقق مصالحه وإشباع رغباته.

رابعًا: كأسيرة داخل التنظيم

شكل رقم (٦)

توزيع نسبي لصورة المرأة كأسيرة داخل التنظيم



تقاربت الصورة الذهنية المحايدة والسلبية عن المرأة التي يتم أسرها من قبل التنظيمات الإرهابية من وجهة نظر مفردات عينة الدراسة، فقد كانت محايدة بنسبة ٤٩% وسلبية بنسبة ٤٥% بينما كانت الصورة الإيجابية ضعيفة جدًا بنسبة ٦%، وتعد هذه النتيجة منطقية نوعًا ما ، فجميع التنظيمات الإرهابية تنادي بمبادئ الدين الإسلامي وتقوم بعكسه، وفي تعاليم الدين الإسلامي يُحترم الأسير ويتم معاملته بشكل حسن، بينما في فكر التنظيمات الإرهابية الحديثة نسبيًا يتم معاملة الأسرى بشكل قاسي ويجعلونهم خدم لهم، والنساء تُستغل لمتعة الرجال دون زواج ، بالإضافة إلى ذلك يتم ربط أرجلهم بسلاسل من حديد حتى لا يستطيعن المشي بسلاسة وحرية وكنوع من التعذيب وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت له دراسة الحالة من سوء معاملة الأسرى ومعاملتهم بشكل غير آدمي.

أما بالنسبة للصورة المحايدة يرجع ارتفاع نسبتها إلى فكرة أسر الجماعات الإرهابية للسيدات ليست منتشرة في جميع التنظيمات الإرهابية المقدمة في الدراما العربية مثل مسلسل «العائلة» و «كلبش» و «عمر المصري» وفيلم «الإرهابي»، «الإرهاب والكباب» وغيرها من أعمال ولكن ظهرت فقط في مسلسل «غرايب سود» الذي ركز على إظهار بشاعة الفكر «الداعشي» وكيفية تعامله مع الأطفال والسيدات، وعلى الرغم من أن فيلم «الخلية» تطرق إلى الفكر «الداعشي» ولكنه لم يتناول وضع المرأة في هذا التنظيم سوى كزوجة لأمر الخلية ومن الصعب أن يركز على باقي صور المرأة لطبيعة الفيلم السينمائي ومدته التي لا تساعد على استعراض جميع الشعب الإرهابية عكس التلفزيون الذي يستطيع من خلال مسلسلاته تناول العديد من المحاور لنفس القضية.

وخلاصة القول أن الصورة الذهنية المقدمة عن المرأة في التنظيمات الإرهابية على اختلاف الأدوار التي تقوم بها داخل هذه التنظيمات هي صورة سلبية بنسبة كبيرة وفقًا لآراء عينة الدراسة الميدانية، مما قد يساهم في زيادة وعي المرأة وتثقيفها ومنعها من الوقوع ضحية لمثل هذه التنظيمات ، وهذا ما أكدت عليه دراسة الحالة التي وصلت لنتيجة مفادها أن معظم السيدات اللاتي يعشن داخل

معسكر تنظيم «داعش» يعاملن بصورة سلبية بشكل كبير فيما عدا القيادات النسائية التي قُدمت في دور قوي له مكانة ودور فعال داخل التنظيم ومسؤولات عن كتائب الجهاد النسائي بمختلف أنواعه.

١- طبيعة العلاقة المقدمة بين السيدات داخل التنظيم الإرهابي من وجهة نظر عينة الدراسة

في أي تنظيم إرهابي توجد علاقات إنسانية تجمع بين أفراد التنظيم سواء كانوا رجالاً فقط أو رجال وسيدات أو رجال وسيدات وأطفال، ونظراً لطبيعة الدراسة الحالية والتي ركزت على المرأة كان لابد من التعرف على طبيعة العلاقة التي تربط النساء داخل التنظيمات الإرهابية، وقد كان القهر والاستعباد المسيطر على هذه العلاقة من وجهة نظر مفردات عينة الدراسة حيث بلغت نسبته ٦٩,٣٪، مقابل الصداقة والمحبة بنسبة ٣٠,٧٪، وتشير هذه النتيجة إلى أن السيدات أصبحن هم أنفسهن يمارسن العنف والقهر ضد بعضهن البعض ولم يعد الرجال فقط هم من يمارسون العنف ضدهم، مما يوضح تأثير الفكر الإرهابي في زرع موجات عنف جديدة لم تكن موجودة من قبل ، واتفقت هذه النتيجة نوعاً ما مع دراسة الحالة التي أثبتت أن المرأة ذاتها داخل التنظيم الإرهابي قد تمارس العنف مع السيدات الأخريات المتواجدات معها داخل التنظيم وفي الغالب يكون بين قيادات التنظيم النسائي وبين أعضاء التنظيم أو بين قيادات التنظيم والمواطنين خارج التنظيم، أما علاقات الصداقة والمحبة فكانت بين بقية السيدات اللاتي يعشن داخل تنظيم داعش بالإجبار.

٢- نوع الجهاد الذي تشترك فيه المرأة داخل التنظيم الإرهابي

عند سؤال مفردات عينة الدراسة من السيدات اللاتي يشاهدن الدراما المقدمة عن الإرهاب عن مدى قيام الدراما العربية بعرض أنواع الأعمال الإرهابية أو الجهاد كما يسمى من قبل التنظيمات الإرهابية والذي تشترك فيه المرأة ، كانت الإجابة بنعم بنسبة كبيرة حيث وصلت إلى ٦٢٪ (١٨٦ تكرار) مقابل «لا» بنسبة

٣٨٪ (١١٤ تكرار)، وعن أنواع هذا الجهاد ، قد كان جهاد النكاح في المرتبة الأولى بنسبة ٨٤,٩٪، والجهاد الإلكتروني بنسبة ٤٣٪، والجهاد المسلح بنسبة ٣٣,٣٪.

واتضح من ذلك أن أكثر أنواع الجهاد هو المرتبط بأنوثة المرأة ونوعها الاجتماعي واشباع رغبات الرجل بما هو يخالف تعاليم الدين الإسلامي الذي ينادون به، وبما هو يهين المرأة بشكل كبير ويضرها جسدياً ومعنوياً مغلفين ذلك بتبريرات دينية لا أساس لها من الصحة، وأن الجمهور المشاهد لهذه الدراما من السيدات على وعي بمدى استغلالية المرأة ونوعها الاجتماعي مما قد يكون له أثر إيجابي في قلة احتمالية وقوع المرأة ضحية للتنظيمات الإرهابية.

واتفقت هذه النتيجة مع دراسة الحالة التي أجريت على مسلسل «غرايب سود» وتوصلت إلى أن جهاد النكاح من أكثر أنواع الجهاد الذي تشارك فيه المرأة داخل تنظيم داعش، وتتورط به.

٣- المشاهدة النشطة

جدول رقم (٧)

المشاهدة النشطة للسيدات عينة الدراسة

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		درجة الموافقة العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
٨٢,٢	٠,٧٢	٢,٤٧	١٣,٣	٤٠	٢٦,٧	٨٠	٦٠	١٨٠	أتذكر بشكل جيد الأحداث والشخصيات من حين لآخر.
٧٩,٨	٠,٧٤	٢,٢٩	١٥,٣	٤٦	٣٠	٩٠	٥٤,٧	١٦٤	قد اتحدث مع أصدقائي عن أحداث العمل الدرامي.

١٦٠	٥٣,٣	٩٦	٣٢	٤٤	١٤,٧	٢,٣٩	٠,٧٣	٧٩,٦	أستطيع التوقع بما سيحدث في الدراما المقدمة عن الإرهاب.
١٥٤	٥١,٣	٩١	٣٠,٣	٥٥	١٨,٤	٢,٣٣	٠,٧٧	٧٧,٧	انتهي من أي أعمال قبل مشاهدة الدراما العربية.
٨٩	٢٩,٧	٧٩	٢٦,٣	١٣٢	٤٤	١,٨٦	٠,٨٥	٦١,٩	قد ألغى بعض المواعيد للتفرغ لمشاهدة الدراما المقدمة عن الإرهاب.
٨٤	٢٨	٨٥	٢٨,٣	١٣١	٤٣,٧	١,٨٤	٠,٨٣	٦١,٤	لا التزم بمشاهدة جميع حلقات المسلسل أو متابعة الفيلم لآخر مشهد
٨٠	٢٦,٧	٦٧	٢٢,٣	١٥٣	٥١	١,٧٦	٠,٨٥	٥٨,٦	قد أقوم بأكثر من عمل أثناء مشاهدتي للعمل الدرامي
٥٢	١٧,٣	٧١	٢٣,٧	١٧٧	٥٩	١,٥٨	٠,٧٧	٥٢,٨	لا انبه شدة لأحداث المسلسل أو الفيلم.

قد انصرف عن مشاركة أصدقائي في مناقشة أحداث العمل الدرامي.	٤٤	١٤,٧	٨٢	٢٧,٣	١٧٤	٥٨	١,٥٧	٠,٧٤	٥٢,٢
لا أتذكر جيداً مشاهد العمل الدرامي الذي أشاهده.	٤٤	١٤,٧	٧٥	٢٥	١٨١	٦٠,٣	١,٥٤	٠,٧٤	٥١,٤
جملة من اجابوا	٣٠٠								

يشير الجدول السابق إلى أن معظم مفردات العينة يتذكرون بشكل جيد الأحداث الدرامية والشخصيات من حين لآخر، حيث احتلت هذه العبارة المرتبة الأولى بوزن مئوي ٨٢,٢٪، ثم التحدث مع الأصدقاء عن أحداث العمل الدرامي بوزن مئوي ٧٩,٨٪، يليها التوقع بالأحداث الدرامية المقدمة عن التنظيمات الإرهابية بوزن مئوي ٧٩,٦٪، يليها الانتهاء من أي أعمال قبل المشاهدة بوزن مئوي ٧٧,٧٪، يليها إلغاء بعض المواعيد للتفرغ للمشاهدة بوزن مئوي ٦١,٩٪، ثم عدم الالتزام بمشاهدة جميع حلقات المسلسل أو متابعة الفيلم لآخره بوزن مئوي ٦١,٤٪، يليها القيام بأكثر من عمل أثناء مشاهدة العمل الدرامي بوزن مئوي ٥٨,٦٪، يليها عدم الانتباه بشدة لأحداث المسلسل أو الفيلم يوزن مئوي ٥٢,٨٪، يليها الانصراف عن مشاركة الأصدقاء في مناقشة أحداث العمل الدرامي بوزن مئوي ٥٢,٢٪، وأخيراً عدم التذكر الجيد لمشاهد العمل الدرامي الذي تتم مشاهدته بوزن مئوي ٥١,٤٪.

ويلاحظ هنا أن أكثر العبارات تأييداً هي العبارة المرتبطة بالتذكر الجيد للأحداث والشخصيات الدرامية، وأقل العبارات تأييداً هي المرتبطة بعدم التذكر، مما يوضح أن جمهور السيدات المشاهدات للدراما المقدمة عن الإرهاب يتذكرن بشكل جيد تفاصيل العمل الدرامي من أحداث وشخصيات وقد يكون ذلك له

أثره الإيجابي إذا كانت معالجة الدراما لصورة المرأة معالجة بناءة وواقعية تحمي السيدات من الوقوع ضحية للتنظيمات الإرهابية وقد يكون الأثر سلبي إذا كانت المعالجة هشة وغير واقعية لا تساعد على حماية المرأة.

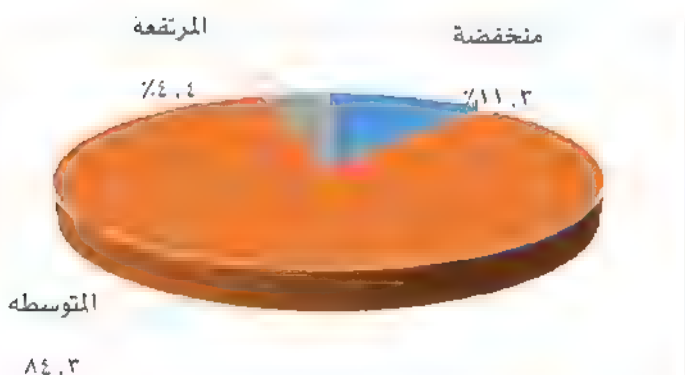
وأيضا العبارة المرتبطة بمشاركة الأصدقاء والتحدث معهم عن الأعمال الفنية التي يتم مشاهدتها كانت ثاني عبارة تم تأييدها من قبل مفردات العينة، والمشاركة في حد ذاتها لها أثر إيجابي على صعيد نشر الحدث والقيم والسلوكيات والمعلومات، إذا كانت مرتبطة بعمل هادف والعكس صحيح.

وفيما يلي رسم يوضح نتيجة إجراء مقياس المشاهدة النشطة حيث يشير إلى ارتفاع نسبة المشاهدة النشطة المتوسطة لدى مفردات عينة الدراسة إلى ٨٤,٣٪، والمرتفعة بنسبة ٤,٤٪ والمنخفضة بنسبة ١١,٣٪، وهذه النتيجة تتفق مع النتيجة السابقة من حيث التأثير الإيجابي الذي يمكن أن يتحقق إذا قدمت الدراما صورة سلبية للمرأة داخل التنظيمات الإرهابية وقدمت معالجة بناءة وواقعية تساعد على نفور المرأة من محاولة الانضمام لمثل هذه التنظيمات من ناحية ومن ناحية أخرى توعية المرأة حتى لا تقع ضحية دون أن تدري ورغماً عنها.

شكل رقم (٧)

مقياس المشاهدة النشطة

٤- دوافع المشاهدة



جدول رقم (٨)

دوافع مشاهدة السميات عينة الدراسة

للدرا المقدمة عن الإرهاب

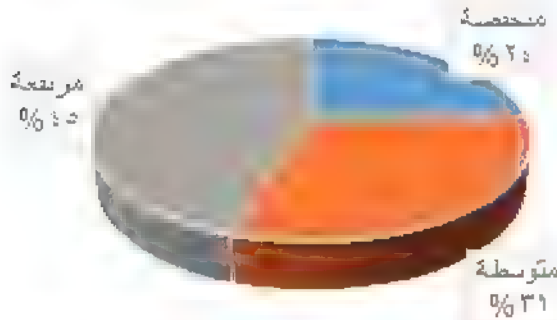
الوزن النسبي	الانحراف المعياري	الموسط الحسابي	معارض		مضاد		موافق		درجة المواقفة العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
٧٦,١	٠,٧٨	٢,٢٨	٢٠,٣	٦١	٢١	٩٣	٤٨,٧	١٤٦	نكش في القوى المساعدة الخفية وراء الفكر الإرهابي في المجتمع.
٧٥,٩	٠,٧٥	٢,٢٨	١٨,٣	٥٥	٢٥,٧	١٠٧	٤٦	١٣٨	استطاع شغل وقت فراغي بمشاهدة الأفلام والمسلسلات التي تتحدث عن الإرهاب.
٧٥,١	٠,٨١	٢,٢٥	٢٣,٣	٧٠	٢٨	٨٤	٤٨,٧	١٤٦	التعرف على أهم التطورات في التطبيقات الإرهابية في المجتمع
٧٥,٠	٠,٧٨	٢,٢٥	٢١,٤	٦٤	٢٣,٣	٩٧	٤٦,٣	١٣٩	التعرف على ضحايا الإرهاب من كل الأعمار والأجناس
٧٤,٠	٠,٨٢	٢,٢٢	٢٥	٧٥	٢٨	٣٧	٤٧	١٤١	أحب مشاهدة دراما الإرهاب لأنها مثليه .
٦٨,٣	٠,٨٢	٢,٠٥	٢١,٤	٩٤	٢٣,٣	٩٧	٣٦,٣	١٠٩	تساعدني دراما الإرهاب على نسيان مشاكل الخاصة ولاهتمام بمشاكل المجتمع
٢٠٠									جملة من أجابوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن معظم السيدات مفردات عينة الدراسة يشاهدن الدراما المقدمة عن الإرهاب للرغبة في الكشف عن القوى المساندة وراء الفكر الإرهابي في المجتمع بالدرجة الأولى بوزن نسبي ٧٦,١٪، يليها شغل وقت الفراغ بوزن نسبي ٧٥,٩٪، ثم التعرف على أهم التطورات في التنظيمات الإرهابية بوزن نسبي ٧٥,١٪، يليها التعرف على ضحايا الإرهاب بوزن نسبي ٧٥٪، يليها التسلية بوزن نسبي ٧٤٪، وأخيرا الرغبة في نسيان المشاكل الخاصة والاهتمام بمشاكل المجتمع بوزن نسبي ٦٨,٣٪.

ويتضح مما سبق ارتفاع نسبة الدوافع النفعية لدى السيدات عينة الدراسة في التعرض للدراما المقدمة عن الإرهاب، فبلغت نسبتها ٤٥٪، والمتوسطة ٣١٪، والمنخفضة ٢٤٪، حيث تتعرض المرأة لهذه الدراما بغرض الكشف عن جذور الفكر الإرهابي والتطورات التي لحقت بالتنظيمات الإرهابية والفئات المستهدفة، مما يشير إلى المشاهدة الناقدة الواعية لسيدات عينة الدراسة وتعكس اهتمامهن بقضايا المجتمع وفي مقدمتها قضية الإرهاب، كما هو موضح في الرسم التالي:

شكل رقم (٨)

توزيع نسبي للدوافع النفعية



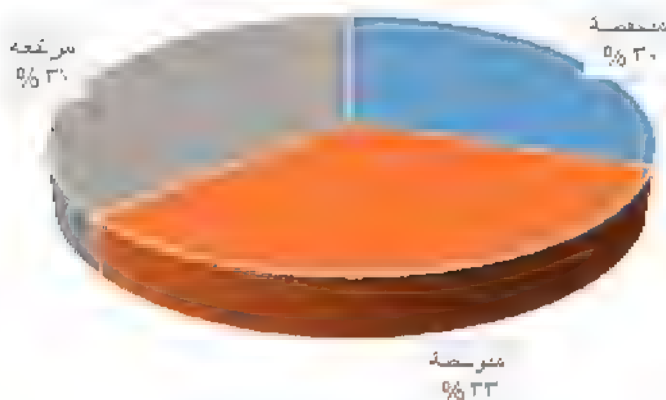
وارتفعت أيضا نسبة الدوافع الطقوسية لدى مفردات العينة ولكن بنسبة أقل من الدوافع النفعية حيث وصلت إلى ٣٧٪، والمتوسطة ٣٣٪، والمنخفضة ٣٠٪، أي أن السيدات عينة الدراسة يشاهدن الدراما المقدمة عن الإرهاب بغرض التسلية وشغل

وقت الفراغ وخلافه ولكن بنسب أقل من التعرف على الفكر الإرهابي والكشف عن ملابساته، مما يؤكد على ما تم ذكره من قبل فيما يتعلق بارتفاع مستوى وعي المرأة عينة الدراسة ومشاهدتها الهادفة كما هو موضح في الرسم التالي:

دوافع طقوسية

شكل رقم (٩)

توزيع نسبي للدوافع الطقوسية



٥- الإيمان بواقعية المضمون

جدول رقم (٩)

الإيمان بواقعية المضمون

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير واقعي على الإطلاق		واقعي الى حد ما		واقعي تماما		درجة الموافقة العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
٧١ ١	٠ ٥٥	٢,١٣	٩ ٣	٢٨	٦٨	٢٠ ٤	٢٢ ٧	٦٨	علاقة المرأة بالرجل داخل التنظيمات الإرهابية في الدراما العربية
٧٠ ٧	٠ ٦١	٢,١٢	١٣	٣٩	٦٢	١٨ ٦	٢٥	٧٥	عرض وجهة نظرة المجتمع تجاه المرأة الارهابية
٧٠ ٠	٠ ٥٧	٢,١٠	١١ ٦	٢٥	٦٦ ٧	٢٠ ٠	٢١ ٧	٦٥	المظهر الخارجي للمرأة لإرهابية في الدراما العربية.
٧٠	٠ ٥٩	٢,١	١٣	٣٩	١٥	١٩ ٢	٢٣	٦٩	أسباب دخول المرأة للتنظيم الارهابي في الدراما العربية
٦٨ ٩	٠ ٥٧	٢,٠٧	١٢ ٣	٤٠	٦٦ ٧	٢٠ ٠	٢٠	٦٠	علاقة المرأة بأبنائها داخل التنظيمات الارهابية
			٣٠٠						جملة من اجابوا

من بيانات الجدول السابق يتضح أن معظم مفردات العينة لديها اقتناع بواقعية علاقة الرجل بالمرأة داخل التنظيمات الإرهابية المقدمة في الدراما حيث

وصل الوزن النسبي إلى ٧١,١٪، يليه واقعية عرض وجهة نظر المجتمع تجاه المرأة الإرهابية بوزن نسبي ٧٠,٧٪، يليه واقعية المظهر الخارجي للمرأة الإرهابية بوزن نسبي ٧٠٪، يليه واقعية أسباب دخول المرأة للتنظيمات الإرهابية بنفس الوزن النسبي السابق، وأخيرا واقعية علاقة المرأة بأبنائها داخل التنظيمات الإرهابية بوزن نسبي ٦٨,٩٪.

ومن هنا تم تصميم مقياس للإيمان بواقعية المضمون المقدم عن المرأة داخل التنظيمات الإرهابية، وكانت النتيجة على النحو الموضح في الرسم التالي:

شكل رقم (١٠)

توزيع نسبي للإيمان بواقعية المضمون



يشير الرسم السابق إلى أن ٥٩% من عينة الدراسة يدركون واقعية المضمون المقدم عن المرأة من علاقتها بالرجل داخل التنظيمات الإرهابية وأسباب انضمامها، ووجهة نظر المجتمع اتجاهها والمظهر الخارجي لها وعلاقتها بأبنائها داخل التنظيم بشكل متوسط ، و٣٣% يدركونها بشكل مرتفع، و٨% يدركون هذه الواقعية بشكل منخفض، مما يعني أن معظم مفردات عينة الدراسة يؤمنون بواقعية المضمون المقدم عن المرأة ، سواء بشكل مرتفع أو متوسط، وبالتالي إذا كان هذا المضمون إيجابياً يقدم المرأة المنضمة للتنظيمات الإرهابية في صورة جيدة سيؤثر على الجمهور بشكل كبير مدركاً أن هذا الواقع الفعلي لها مما قد يساهم في تبني فكرة الانضمام لأي تنظيم إرهابي ، والعكس صحيح، ولكن من نتائج الدراسة الميدانية الخاصة بالصورة تبين أن المرأة التي تعيش داخل التنظيمات الإرهابية بشكل كبير تُقدم في صورة سلبية من وجهة نظر السيدات عينة الدراسة وإذا كان الجمهور مقتنع بواقعية المضمون بنسبة كبيرة فستكون المحصلة النهائية هي الاقتناع بوضع المرأة السلبي داخل التنظيمات مما قد يكون له أثر إيجابي في التوعية ضد مخاطر الفكر الإرهابي و الانزلاق في بوتقة الأعمال الإرهابية دون وعي.

٦- اسهامات الدراما العربية التي تهتم بقضايا الإرهاب في إدراك عينة الدراسة للواقع الاجتماعي

جدول رقم (١٠)

آراء السيدات مفردات عينة الدراسة عن الدراما العربية

للمهنة بقضايا الإرهاب

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		درجة الموافقة العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
٨٥.٨	٠.٦٤	٢.٥٧	٨.٣	٢٥	٢٦	٧٨	٦٥.٧	١٩٧	أشعر بالأسى والحزن لما وصلت إليه المرأة من مكانة مهينة في التظاهرات الإرهابية عرفتني بأشكال الإرهاب الذي تركبته المرأة في عرفتي على أسباب اعتناق المرأة للمفكر الإرهابي. التسميت قاعدة معرفتي بصفات المجتمع المستهدفة حالياً من قبل الجماعات الإرهابية. تعلمت كيفية تعصين نفسي ضد الفكر الإرهابي. أحياناً أتمنى أن أكون عضو في القوات المكافحة للإرهاب . تعلمت التعقيد أكثر في دراسة تاريخ الإرهاب والإسلام في الغرب والشرق. من مشاهدي الدراما العربية أخشى أن أقع ضحية للتظاهرات الإرهابية المنتشرة حالياً. شجعتني على شن حملة على مواقع التواصل الاجتماعي لحماية المرأة من التجنيد في التظاهرات الإرهابية.
٨٠.٤	٠.٦٧	٢.٤١	١٠.٣	٢١	٢٨	١١٤	٥١.٧	١٥٥	
٧٧.٩	٠.٦٤	٢.٢٤	٩.٣	٢٨	٢٧.٧	١٤٢	٤٣	١٢٩	
٧٧.٨	٠.٦٧	٢.٢٣	١١.٣	٢٤	٤٤	١٢٢	٤٤.٧	١٢٤	
٧٤.٣	٠.٧٣	٢.٢٣	١٨	٥٤	٤١	١٢٣	٤١	١٢٣	
٧١.٤	٠.٧٥	٢.١٤	٢١.٧	٦٥	٤٢.٣	١٢٧	٢٦	١٠٨	جملة من أجابوا
٧٠.٨	٠.٧٢	٢.١٢	٢٠.٣	٦١	٤٧	١٤١	٣٢.٧	٩٨	
٧٠.٧	٠.٨٥	٢.١٢	٢٠.٦	٩٢	٢٦.٧	٨٠	٤٢.٧	١٢٨	
٦٨.٣	٠.٧٦	٢.٠٥	٢٦.٣	٧٦	٤٢.٧	١٢٨	٣١	٩٣	٣٠٠

اتضح من نتائج الجدول السابق أن عبارة «أشعر بالأسى والحزن لما وصلت إليه المرأة من مكانة مهينة» من أكثر العبارات التي أيدتها السيدات مفردات عينة الدراسة والمرتبطة بإسهامات الدراما العربية في إدراكهم للواقع الاجتماعي للمرأة المنضمة للتنظيمات الإرهابية، حيث احتلت المركز الأول بوزن مئوي ٨٥,٨٪، يليها في المركز الثاني عبارة «عرفتني بأشكال الإرهاب الذي ترتكبه المرأة في التنظيمات الإرهابية» بوزن مئوي ٨٠,٤٪، يليها في المركز الثالث عبارة «عرفتني على أسباب اعتناق المرأة للفكر الإرهابي» بوزن مئوي ٧٧,٩٪، يليها عبارة «اتسعت قاعدة معرفتي بفئات المجتمع المستهدفة» بوزن مئوي ٧٧,٨٪، يليها عبارة «تعلمت كيفية تحصين نفسي ضد الفكر الإرهابي» بوزن مئوي ٧٤,٣٪، وعبارة «أحياناً أتمنى أن أكون عضواً في القوات المكافحة للإرهاب» بوزن مئوي ٧١,٤٪، يليها «تعلمت التعمق أكثر في دراسة تاريخ الإرهاب والإسلام في الغرب والشرق بوزن مئوي ٧٠,٨٪»، يليها «من مشاهدتي للدراما العربية أخشى أن أقع ضحية للتنظيمات الإرهابية المنتشرة حالياً» بوزن مئوي ٧٠,٧٪، يليها «شجعتني على شن حملة على مواقع التواصل الاجتماعي لحماية المرأة من التجنيد في التنظيمات الإرهابية» بوزن مئوي ٦٨,٢٪.

ويتضح مما سبق أن أكثر العبارات تأييداً هي المرتبطة بالجانب العاطفي وأبعاد التوحد مع الشخصيات من الشعور بالحزن والأسى لإهانة المرأة داخل التنظيم الإرهابي، مما يشير إلى أن البعد النفسي والعاطفي من أكثر الأبعاد المؤثرة لدى السيدات مفردات العينة، وأن هناك توحد بينهم وبين الشخصيات الدرامية ، كما أن أقل العبارات تأييداً كانت مرتبطة بالجانب الفعلي والتعلم وهي التشجيع على شن حملات على مواقع التواصل الاجتماعي للتوعية ، وكانت نسبة الرأي المحايد في هذه العبارة أكثر من المؤيد والمعارض مما يوضح أن هناك نوعاً ما من عدم الاقتناع باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة لحماية السيدات من الفكر الإرهابي على الرغم أن هذا الفكر يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة أساسية من وسائله في تجنيد الشباب سواء الفتيات والرجال وفي الدعاية الزائفة والتأثير على المواطنين وبث روح الخوف والفرع بينهم، فقد

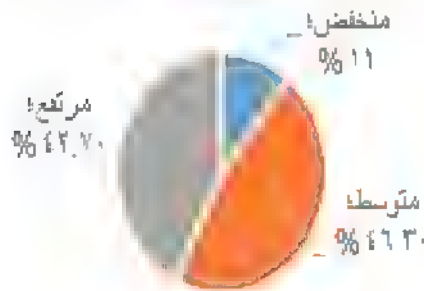
توصلت الباحثة في دراسة الحالة أن الجهاد الإلكتروني هو في المرتبة الثالثة من بين قائمة أنواع الجهاد الذي تشارك فيه المرأة بفاعلية وجدارة، ويعد وسيلة قوية للتأثير على الشباب واستقطابهم وتجنيدهم.

ومن العبارات التي سبق ذكرها، تم تصميم مقياس تشابه الإدراك وهو إدراك الواقع الاجتماعي بما يتشابه مع الواقع الافتراضي بأبعاده الأربعة (الإيمان بواقعية المضمون - النافذة السحرية- التعلم - التوحد)

أولاً: مقياس النافذة السحرية

شكل رقم (١١)

مقياس النافذة السحرية

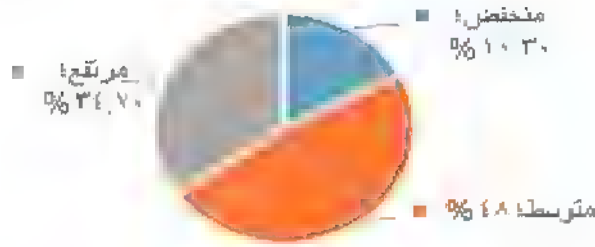


يشير الرسم السابق إلى أن إدراك السيدات عينة الدراسة للواقع الاجتماعي للمرأة داخل التنظيمات الإرهابية بما يتشابه مع الواقع الدرامي الافتراضي وفقاً لبعدها النافذة السحرية منخفض بنسبة ١١٪، ومتوسط بنسبة ٤٦,٣٪، ومرتفع بنسبة ٤٢,٧٪، أي أن معظم المبحوثين يدركون الواقع الاجتماعي بما يتشابه مع الواقع الافتراضي وفقاً لبعدها النافذة السحرية بشكل متوسط.

ثانياً: مقياس بعد التوحد

شكل رقم (١٢)

مقياس بعد التوحد



يشير الرسم السابق إلى أن إدراك السيدات عينة الدراسة للواقع الاجتماعي للمرأة داخل التنظيمات الإرهابية مما يتشابه مع الواقع الدرامي الافتراضي وفقاً لبعء التوحد منخفض بنسبة ١٧,٣٪، ومتوسط بنسبة ٤٨٪، ومرتفع بنسبة ٣٤,٧٪، أي أن معظم المبحوثين يدركون الواقع الاجتماعي مما يتشابه مع الواقع الافتراضي وفقاً لبعء التوحد بشكل متوسط.

ثالثاً: مقياس بعد التعلم

شكل رقم (١٣)

مقياس بعد التعلم



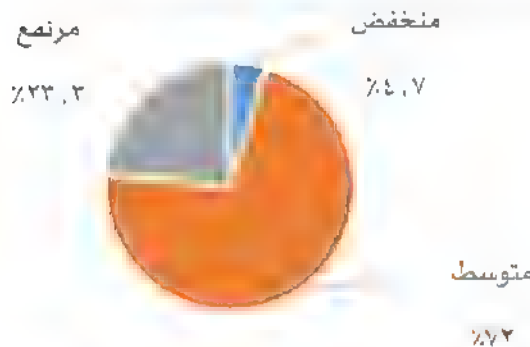
يشير الرسم السابق إلى أن إدراك السيدات عينة الدراسة للواقع الاجتماعي للمرأة داخل التنظيمات الإرهابية بما يتشابه مع الواقع الافتراضي المقدم في الدراما وفقا لبعدها التعليمي منخفض بنسبة ٢٣,٧٪، ومتوسط بنسبة ٤٧٪، ومرتفع بنسبة ٢٩,٣٪، أي أن معظم المبحوثين يدركون الواقع الاجتماعي بما يتشابه مع الواقع الافتراضي وفقا لبعدها التعليمي بشكل متوسط.

رابعاً: مقياس تشابه الإدراك

تتجمع كل الأبعاد السابقة، النافذة السحرية، التعلم، التوحد، والايمان بواقعية المضمون الذي تم تصميمه من قبل بتكوين مقياس تشابه الإدراك في صورته التالية:

شكل رقم (١٤)

مقياس تشابه الإدراك



يشير الرسم السابق إلى أن السيدات عينة الدراسة يدركن الواقع الاجتماعي للمرأة داخل التنظيمات الإرهابية بما يتشابه مع المضمون المقدم في التلفزيون بشكل متوسط بنسبة ٧٢٪ وفقاً لأبعاد (النافذة السحرية - التوحد - التعلم - إدراك واقعية المضمون)، ومرتفع بنسبة ٢٣,٣٪، ومنخفض بنسبة ٤,٧٪، وتعد هذه النتيجة إيجابية حيث إن المضمون المقدم عن المرأة في التنظيمات الإرهابية هو مضمون سلبي بنسبة كبيرة ويوضح مدى استغلال التنظيمات الإرهابية للمرأة

وأساليب المعاملة السيئة لها، حتى في المهام التي تكلف بها داخل التنظيمات ومن ضمنها ما هو مرتبط بالغريزة والمتعة مثل جهاد النكاح، وبالتالي إدراك عينة الدراسة لهذا المضمون على أنه مشابه للواقع الفعلي سيكون له أثر إيجابي نوعاً ما في توعية المرأة من خطر التنظيمات الإرهابية والحيل والأساليب المستخدمة للإيقاع بالسيدات وتجنيدهم، والحياة التي يعيشن بها داخل التنظيم والنهية المتوقعة لهن، مما يسهل في نجاح استراتيجية تحصين المرأة وحمايتها من مخاطر الفكر الإرهابي.

٧- مقترحات بخصوص تحصين المرأة من الانضمام للتنظيمات الإرهابية:

تنوعت وتعددت المقترحات التي أدلت بها السيدات عينة الدراسة الميدانية بخصوص تحصين المرأة من الوقوع ضحية للتنظيمات الإرهابية والانضمام لها، وكان زيادة الوعي الديني والفكري والسياسي للمرأة هو من أكثر المقترحات التي أدلن بها، حيث جاءت في المركز الأول بنسبة ٣٦,٣٪، يليه عقد ندوات تثقيفية عن الفكر الإرهابي وأساليب تجنيد المرأة في التنظيمات الإرهابية في المركز الثاني بنسبة ٢٦,٥٪، ثم إنتاج أعمال درامية عن الفكر الإرهابي ومخاطره في المركز الثالث بنسبة ١٠,٢٪ وبنفس النسبة تجديد الخطاب الديني لتصحيح المفاهيم الدينية المغلوطة، يليه إنتاج برامج متخصصة لتحسين المرأة من مخاطر التنظيمات الإرهابية بنسبة ٦,١٪ في المركز الرابع، ثم معرفة أسباب انضمام المرأة للتنظيمات الإرهابية ووضع حلول لها بنسبة ٥,١٪ في المركز الخامس، أما باقي المقترحات من وضع رقابة على الإنترنت لمكافحة الجهاد الإلكتروني، وتفعيل دور المنظمات النسائية لتوعية المرأة من مخاطر التنظيمات الإرهابية وتوفير الأمن والاستقرار للمرأة فقد جاءت في المركز الأخير بنسبة ١,٨٪ لكل منهم.

ويتضح من ذلك أن توعية المرأة دينياً وفكرياً وسياسياً هو شيء ضروري لا بد من القيام به لتحسين المرأة وحمايتها من الوقوع ضحية لمخططات إرهابية، وهذه التوعية قد تكون من خلال حملات تليفزيونية وإذاعية و مطبوعة، وقد

تعتمد أيضا على وسائل التواصل الاجتماعي وتصميم صفحات إلكترونية على الفيس بوك، ولهذا فهي من أولى محاور استراتيجية تحصين المرأة، كما أن تجديد الخطاب الديني محور هام جدًا لابد من الاهتمام به وخاصة في تصحيح المفاهيم الدينية الخاطئة التي يقوم البعض بترويجها لتحقيق أهدافه الخاصة ولترويج الفكر الإرهابي ، كذلك معرفة أسباب انضمام المرأة للمنظمات الإرهابية من أسباب نفسية أو اجتماعية أو اقتصادية أو سياسية هام جدا لوضع حلول تقلل من أسباب نجاح فكرة تجنيد السيدات إرهابيًا، ولكن الأمر الذي لابد من التوقف عنده هو دور المنظمات النسائية في توعية المرأة وتوفير الأمن والأمان لها والذي جاء في مؤخرة المقترحات ، مع أن دور المنظمات النسائية هام جدا في وضع استراتيجية حماية المرأة من الإرهاب ومع ذلك لم تشرن إليها معظم السيدات اللاتي قامن بوضع المقترحات ، بالإضافة إلى أن المنظمات النسائية تقوم بأنشطة كثيره تخدم المرأة في الفترة الحالية ، مما يستدعي الوقوف عند هذا النقطة وإثارة تساؤل عن السبب وراء ذلك؟

والجدول والرسم التاليان موضحان لمقترحات عينة الدراسة بخصوص تحصين المرأة وحمايتها من المنظمات الإرهابية:

جدول رقم (١١)

مقترحات المبحوثين لتحسين المرأة

وحمايتها من التنظيمات الإرهابية

المقترحات	ك	%
زيادة الوعي الديني والفكري والسياسي للمرأة من خلال شن حملات توعوية عن مخططات التنظيمات الإرهابية	٧٨	٣٦,٣%
عقد ندوات تثقيفية عن الفكر الإرهابي وأساليب تجنيد المرأة في التنظيمات الإرهابية	٥٧	٢٦,٥%
إنتاج أعمال درامية عن الفكر الإرهابي	٢٢	١٠,٢%
تجديد الخطاب الديني لتصحيح المفاهيم الدينية المغلوطه	٢٢	١٠,٢%
إنتاج برامج متخصصة لتحسين المرأة من مخاطر التنظيمات الإرهابية	١٣	٦,١%
معرفة أسباب انضمام المرأة للتنظيمات الإرهابية ووضع حلول لها	١١	٥,١%
وضع رقابة على والإنترنت لمكافحة الجهاد الالكتروني	٤	١,٨%
تفعيل دور المنظمات النسائية لتوعية المرأة من مخاطر التنظيمات الإرهابية	٤	١,٨%
توفير الأمان والاستقرار للمرأة والقدرة على إثبات ذاتها .	٤	١,٨%
حمة من أحابوا	٢١٥	

جدول رقم (١٢)

العلاقة الارتباطية بين كثافة مشاهدة السيدات عينة الدراسة

وإدراك الواقع الاجتماعي للمرأة بما يتشابه مع الواقع الافتراضي

كثافة مشاهدة المرأة عينة الدراسة للدراما الإرهاب		كثافة المشاهدة
مستوى المعنوية	قيمة معامل بيرسون	وإدراك الواقع الاجتماعي بما يتشابه مع الواقع الافتراضي
٠,٠١٩ دال احصائي	٠,١٣٥	النافذة السحرية
٠,٠٠٢ دال احصائي	٠,١٨٢	التوحد
٠,٠٠٤ دال احصائي	٠,١٦٦	التعلم
٠,٠١١ دال احصائي	٠,١٤٧	الايمان بواقعية المضمون
٠,٠٩ دال احصائي	٠,١٥١	تشابه الإدراك (النافذة- التوحد- التعلم- الايمان بواقعية المضمون)

من بيانات الجدول السابق اتضح وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية طردية وإن كانت ضعيفة بين كثافة مشاهدة السيدات عينة الدراسة للدراما المقدمة عن التنظيمات الإرهابية وإدراك المضمون المقدم لهن بما يشابه الواقع الفعلي، أي كلما ارتفعت كثافة المشاهدة كلما ارتفع إدراكهن للواقع الافتراضي على أنه واقع حقيقي حيث كان معامل بيرسون ٠,١٥١ عند مستوى معنوية ٠,٠٩.

الفرض الثاني

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل المشاهدة النشطة للدراما المقدمة عن التنظيمات الإرهابية وإدراك السيدات عينة الدراسة للواقع الاجتماعي للمرأة بما يتشابه مع الواقع الافتراضي (النافذة السحرية - التعلم - التوحد - الايمان بواقعية المضمون)

جدول رقم (١٣)

العلاقة الارتباطية بين معدل المشاهدة النشطة للسيدات عينة الدراسة وإدراك الواقع الاجتماعي للمرأة بما يتشابه مع الواقع الافتراضي

معدل المشاهدة النشطة		معدل المشاهدة النشطة وإدراك الواقع الاجتماعي بما يتشابه مع الواقع الافتراضي
مستوى المعنوية	قيمة معامل بيرسون	
٠,٠٠٧ دال احصائيا	٠,١٥٥	النافذة السحرية
٠,٠٠٤ دال احصائيا	٠,١٦٨	التوحد
٠,٨٦٨ غير دال	٠,٠١٠	التعلم
٠,٠١ دال احصائيا	٠,١٩٤	الإيمان بواقعية المضمون
٠,٠٥٠ دال احصائيا	٠,١١٣	تشابه الإدراك (النافذة- التوحد- التعلم- الإيمان بواقعية المضمون)

من بيانات الجدول السابق اتضح وجود علاقة ارتباطية طردية بين مشاهدة السيدات عينة الدراسة النشطة للدراما المقدمة عن التنظيمات الإرهابية وإدراك الواقع الاجتماعي بما يتشابه مع الواقع الافتراضي وإن كانت ضعيفة حيث بلغ قيمة معامل بيرسون ٠,١١٣ عند مستوى معنوية ٠,٠٥٠، وذلك بالنسبة لأبعاد النافذة السحرية والتوحد والإيمان بواقعية المضمون، ولكن لم تثبت وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بالنسبة لبعد التعلم حيث بلغ قيمة معامل بيرسون ٠,٠١٠ عند مستوى معنوية ٠,٨٦٨.

وبذلك فكلما ارتفعت المشاهدة النشطة للسيدات عينة الدراسة ارتفع إدراكهن للواقع الاجتماعي الحقيقي للمرأة المنضمة للتنظيمات الإرهابية بما يشابه الواقع الافتراضي المقدم عنها في الدراما وفقا لبعد النافذة السحرية والتوحد والإيمان بواقعية المضمون فقط دون بعد التعلم.

الفرض الثالث

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع مشاهدة السيدات عينة الدراسة للدراما المقدمة عن التنظيمات الإرهابية وإدراك الواقع الاجتماعي للمرأة بما يتشابه مع الواقع الافتراضي (النافذة السحرية - التعلم التوحد الإيمان بواقعية المضمون)

جدول رقم (١٤)

العلاقة الارتباطية بين دوافع المشاهدة

وإدراك الواقع الاجتماعي للمرأة بما يتشابه مع الواقع الافتراضي

دوافع مشاهدة المرأة عينة الدراسة للدراما الإرهاب		دوافع المشاهدة
دوافع بفعية	دوافع طقوسية	وإدراك الواقع الاجتماعي بما يتشابه مع الواقع الافتراضي
قيمة معامير بيرسون	قيمة معامير بيرسون	
** ٠,١٦٦	** ٠,١٧٣	النافذة السحرية
** ٠,١٦٢	٠,٠٣٢	التوحد
٠,٠١١	** ٠,٢٤٧	التعلم
** ٠,٢٧١	* ٠,١٣٦	الإيمان بواقعية المضمون
** ٠,١٨٢	** ٠,٣٣٩	تشابه الإدراك (النافذة السحرية- التوحد- التعلم- الإيمان بواقعية المضمون)

** دال احصائيا عند مستوى معنوية ٠,٠١ ودرجة ثقة ٩٩ %

* دال احصائيا عند مستوى معنوية ٠,٠٥ ودرجة ثقة ٩٥ %

يشير الجدول السابق إلى أن هناك علاقة طردية متوسطة بين الدوافع النفعية لمشاهدة السيدات عينة الدراسة للدراما المقدمة عن التنظيمات الإرهابية وإدراك الواقع الاجتماعي بما يتشابه مع الواقع الافتراضي ، حيث بلغ قيمة معامل بيرسون ٠,٣٣٩ عند مستوى معنوية ٠,٠١ ، وذلك بالنسبة لبعد التعلم والنافذة

السحرية والإيمان بواقعية المضمون دون بعد التوحد الذي لم تثبت وجود علاقة دالة إحصائيًا له، وأيضًا ثبت وجود علاقة طردية ضعيفة بين الدوافع الطقوسية للمشاهدة وإدراك الواقع الاجتماعي بما يتشابهه مع الواقع الافتراضي، حيث بلغ قيمة معامل بيرسون ٠,١٨٢، عند مستوى معنوية ٠,٠١ وذلك بالنسبة لبعد النافذة السحرية والتوحد والإيمان بواقعية المضمون دون بعد التعلم والذي لم تثبت وجود علاقة دالة إحصائية له.

وبالتالي فكلما ارتفعت الدوافع النفعية لمشاهدة الدراما المقدمة عن الإرهاب كلما تشابه إدراك الواقع الاجتماعي للمرأة بما يتشابهه مع الواقع الدرامي الافتراضي وفقًا لجميع الأبعاد ما عدا بعد التوحد، وأيضًا كلما ارتفعت الدوافع الطقوسية لمشاهدة الدراما المقدمة عن الإرهاب كلما تشابه إدراك الواقع الاجتماعي للمرأة بما يتشابهه مع الواقع الدرامي الافتراضي المقدم وفقًا لجميع الأبعاد فيما عدا بعد التعلم.

الفرض الرابع

توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إدراك المضمون الاجتماعي للمرأة بما يتشابهه مع الواقع الافتراضي وفقًا للخصائص الديمغرافية.

(١) الفئات العمرية

جدول رقم (١٥)

إختبار Anova لدراسة الفروق

في تشابه الإدراك وفقاً للفئات العمرية

مستوى المعنوية	قيمة ف	درجة الحرية		الخطأ المعياري	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي		الفئات العمرية	المتغيرات
		داخل	بين						
٠,٠٠٨ دال احصائياً	٤,٠٣٦	٢٩٦	٣	٠,٤٩٥	٤,٦٦٧	٣١,٨٦٨	٦٧	من ١٨ سنة لأقل من ٢٥	تشابه الإدراك
				٠,٨٧٠	٦,٠٠٨	٣١,١٠٦	٤٧	من ٢٥ سنة لأقل من ٣٥	
				٠,١٥٣	٤,٨٧٣	٢٩,٩٦٥	١١١	من ٣٥ سنة لأقل من ٤٥ سنة	
				٠,٤٥٠	٣,٨٧٨	٢٩,٢٨٦	٤٩	٤٥ سنة فأكثر	

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين السيدات عينة الدراسة في إدراكهن للواقع الاجتماعي للمرأة المنظمة للتنظيمات الإرهابية بما يتشابه مع الواقع الافتراضي وفقاً للمرحلة العمرية لكل منهن وذلك عند مستوى معنوية ٠,٠٠٨، ولمعرفة مصدر التباين تم إجراء اختبارات بأقل فرق معنوي كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (١٦)

اختبار LSD لتوضيح مصدر ودلالة الفروق بين المجموعات البحثية

للفئات العمرية

الفئات العمرية	القناة المقارنة	الفروق بين المتوسطات	مستوى المعنوية
من ١٨ سنة لأقل من ٢٥	من ٣٥ سنة لأقل من ٤٥ سنة	١,٨٩٩٩٥	٠,٠٠٦ دال احصائيا
	٤٥ سنة فأكثر	٢,٥٧٩٤٥	٠,٠٠٣ دال احصائيا

اتضح من بيانات الجدول السابق أن السيدات عينة الدراسة اللاقي تتراوح أعمارهن من ١٨ سنة لأقل من ٢٥ سنة يدركن الواقع الاجتماعي للمرأة المنظمة للتنظيمات الإرهابية بما يتشابه مع المضمون الدرامي المقدم عنها أكثر من السيدات في المراحل العمرية الأخرى، حيث بلغ المتوسط الحسابي ٣١,٨٦٥ عند مستوى معنوية ٠,٠٠٨... وقد يرجع ذلك إلى أن صغر سن هؤلاء الفتيات يجعلهن أكثر تأثراً بالمضمون المقدم في التليفزيون لعدم وجود الخبرات الحياتية الكافية للتأكد من صدق المضمون من عدمه بالإضافة إلى أن السيدات في هذه الفترة يكونن أكثر توحداً مع الشخصيات الدرامية .

(٢) المستوى التعليمي

جدول رقم (١٧)

إختبار Anova لدراسة الفروق

في تشابه الإدراك وفقا للمستوى التعليمي

مستوى المعوية	قيمة ف	درجة الحرية		الخطأ المعياري	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المستوى التعليمي	المتغيرات
		داخل المجموعات	بين المجموعات						
مستوى المعوية	١,١٨٣	٢٩٧	٢	٠,٣٨٤	٣,٩٧٥	٣٠,٤٤٩	١٠٧	مؤهل متوسط	تشابه الإدراك
				٠,٥٦٤	٥,٨٣٩	٣٠,٢٠٦	١٠٧	مؤهل جامعي	
				٠,٥١٢	٤,٧٥١	٣١,٣٦٧	٨٦	دراسات عليا	

اتضح من نتائج التحليل الإحصائي أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين السيدات عينة الدراسة في إدراكهن للواقع الاجتماعي للمرأة المنضمة للتنظيمات الإرهابية بما يشابه الواقع الافتراضي الدرامي المقدم عنها وفقاً للمؤهل الدراسي حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية ٠,٣٠٨، وبالتالي لم يؤثر المؤهل على درجة إدراك عينة الدراسة للواقع الاجتماعي للمرأة في التنظيمات الإرهابية بما يشابه الواقع الدرامي المقدم لها.

(٣) العمل

جدول رقم (١٨)

اختبار T-Test لدراسة الفروق

في تشابه الإدراك وفقاً للعمل

المتغيرات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	الخطأ المعياري	قيمة ت	ح.د	مستوى المعنوية
تشابه الإدراك	تعمل	١٤٩	٢٩,٨٣٢	٥,٢٨٢	٠,٤٣٣	٢٩٨	٠,٠٢٧ دال احصائياً
	لا تعمل	١٥١	٣١,٠٠٧	٣,٧٥١	٠,٣٠٥		

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة إدراك السيدات عينة الدراسة للواقع الاجتماعي للمرأة في التنظيمات الإرهابية بما يشابه المضمون الدرامي المقدم عنها وفقاً للعمل، حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية ٠,٠٢٧، وكانت الإناث التي لا تعمل أكثر إدراكاً للواقع الاجتماعي للمرأة بما يشابه المضمون الدرامي المقدم عنها عن المرأة العاملة حيث بلغ المتوسط الحسابي لها ٣١,٠٠٧ مقابل ٢٩,٨٣٢ للمرأة العاملة .

وقد يرجع ذلك إلى أن المرأة ربة المنزل والغير عاملة يتوافر لها مساحة من الوقت أكثر من المرأة العاملة في مشاهدة التلفزيون ومتابعة الدراما المقدمة به السينمائية والتلفزيونية وخاصة المسلسلات الدرامية التي تحتاج إلى متابعة يومية للحلقات المقدمة والتي قد لا تتوافر للمرأة العاملة لارتباطها بمواعيد العمل ومتابعة أعمال المنزل بعد العودة.

(٤) المستوى الاقتصادي الاجتماعي

جدول رقم (١٩)

اختبار Anova لدراسة الفروق

في تشابه الإدراك وفقاً للمستوى الاقتصادي الاجتماعي

مستوى المعنوية	قيمة ف	درجة الحرية		الخطأ المعياري	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المستوى الاقتصادي الاجتماعي	المتغيرات
		داخل المجموعات	بين المجموعات						
٠,٠٤٤ دال احصائياً	٣,١٦٦	٢٩٧	٢	٠,٧٣٤	٤,٩٦٩	٣٢,٣٢٢	٤٥	مستوى اقتصادي اجتماعي منخفض	تشابه الإدراك
				٠,٤٤٣	٤,٧٩١	٣٠,٠٧٧	١١١	مستوى اقتصادي متوسط	
				٠,٤٢٣	٤,٩٦٩	٣٠,٥٠٧	١٣٨	مستوى اقتصادي مرتفع	

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إدراك السيدات عينة الدراسة للواقع الاجتماعي للمرأة في التنظيمات الإرهابية بما يشابه المضمون الدرامي المقدم عنها وفقاً للمستوى الاقتصادي الاجتماعي، حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية ٠,٠٤٤، ولمعرفة مصدر التباين تم إجراء اختبارات بأقل فرق معنوي كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (٢٠)

اختبار LSD لتوضيح مصدر ودلالة الفروق بين المجموعات البحثية

المستوى الاقتصادي الاجتماعي

المستوى الاقتصادي الاجتماعي	القناة المقارنة	الفروق بين المتوسطات	مستوى المعنوية
مستوى اقتصادي	مستوى اقتصادي اجتماعي متوسط	٢,١٤٥٣٠	٠,٠١٣ دال احصائيا
اجتماعي منخفض	مستوى اقتصادي اجتماعي مرتفع -	١,٧١٤٩٨	٠,٠٤٢ دال احصائيا

ويتضح من الجدول السابق وجود فروق دالة إحصائية في تشابه الإدراك وفقاً للمستوى الاقتصادي الاجتماعي للسيدات عينة الدراسة في المجموعات التالية:

- بين المستوى الاقتصادي الاجتماعي المنخفض والمستوى الاقتصادي الاجتماعي المتوسط لصالح المجموعة الأولى عند مستوى معنوية ٠,٠١٣
- بين المستوى الاقتصادي الاجتماعي المنخفض والمستوى الاقتصادي الاجتماعي المرتفع لصالح المجموعة الأولى عند مستوى معنوية ٠,٠٤٢

وبذلك فإن السيدات ذوات المستوى الاقتصادي الاجتماعي المنخفض هن أكثر إدراكًا للواقع الاجتماعي للمرأة في التنظيمات الإرهابية بما يتشابه مع المضمون الدرامي المقدم عنها عن السيدات من المستوى الاقتصادي المتوسط والمرتفع حيث بلغ المتوسط الحسابي لهن ٣٢,٢٢٢، مقابل ٣٠,٠٧٧ للمتوسط و٣٠,٥٠٧ للمرتفع.

وقد يرجع ذلك إلى أن السيدات من المستويات الاقتصادية الاجتماعية المنخفضة لا تتوافر لديهن الإمكانيات المادية للتعامل مع مصادر إعلامية وثقافية عديدة، ويعتبر التلفزيون من أكثر الوسائل التي يتعرضون لها للتعرف على الواقع الفعلي للمرأة في التنظيمات الإرهابية بشكل كبير من خلال الدراما المقدمة به، وذلك في ظل وجود القنوات الفضائية المزدهمة بالدراما العربية والتي من السهل مشاهدتها مقابل اشتراكات ضعيفة نوعا ما، أو إعادة مشاهدة مضمونها على الأنترنت بسهولة يمكنهم.

توصيات الدراسة

١. إنتاج أعمال درامية أكثر عن واقع المرأة التي تعيش في معسكرات التنظيمات الإرهابية لتقديم رؤية شاملة عن الوضع الراهن لها.
 ٢. إنتاج برامج وثائقية عن دور المرأة في الجهاد أيام الرسول صلى الله عليه وسلم ومقارنتها بالدور الذي تقوم به المرأة في ساحة المعارك الإرهابية حاليا وتوضيح الفرق للجمهور والتلاعب بالدين الذي تقوم به الجماعات الإرهابية.
 ٣. عقد حلقات نقاشية مذاعة عبر وسائل الاتصال المختلفة ويديرها علماء الدين الإسلامي وتكون محور الحلقات عن ظهور السلاح الفتوي وكيفية ترويجه لتحقيق أهداف التنظيمات الإرهابية المختلفة.
- اهتمام البحث العلمي بإجراء دراسات علمية متعمقة عن النساء ودورهن في صناعة الإرهاب.

* * *



الفصل الرابع
المرأة وثورة ١٩١٩م
في الدراما المصرية



المرأة وثورة ١٩١٩م

في الدراما المصرية

أ.م.د. نسرین عبد العزیز

مقدمة:

تعد ثورة ١٩١٩م من أهم الأحداث التاريخية التي مرت بها مصر وأثرت في العديد من النواحي الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، فقد أنتجت أعمال سينمائية عديدة منها ما هو مرتبط بثورة ١٩١٩م، وحياة الزعيم مصطفى كامل وسعد زغلول، ومنها ما ذهب لأبعد من ذلك واهتم بالتغيرات التي حدثت في مصر آنذاك، وهي أولى الثورات التي خرجت فيها المرأة المصرية وشاركت بإرادة قوية في المناداة بالاستقلال.

وبالتالي تلقي هذه الورقة البحثية الضوء على كيفية معالجة الدراما المصرية لدور المرأة في ثورة ١٩١٩م، وطبيعة هذا الدور، والمواقف الدرامية التي أخذت فيها المرأة دورا حاسما بشأن الثورة.

وقد شملت عينة الدراسة الأفلام التي تناولت أحداث ثورة ١٩١٩م وركزت عليها وظهرت ضمن أحداث العمل الدرامي، وهم فيلم «شهيد الوطنية: مصطفى كامل»، وفيلم «بين القصرين»، وفيلم «سيد درويش»، والمسلسلات التي تناولت أحداث الثورة بشكل توضيحي دون التطرق إلى السير الحياتية لرموز الدولة من السياسيين والفنانين والأدباء، ومسلسلات تناولت الثورة بشكل جزئي كمحور ضمن محاور أعمال السير الحياتية لرموز الدولة، ثم بعد ذلك تم سحب عينة عمدية من كل قسم بناء على المتاح للتحليل وقد أسفر في نهاية الأمر عن اختيار مسلسل «الملك فاروق» ومسلسل «مصر الجديدة» في المسلسلات الخاصة بالسير الحياتية لرموز الدولة والمشاهير، ومسلسل «جمهورية زفتى»، و«ثورة وحكاية» في المسلسلات الخاصة بتناول أحداث الثورة فقط وما هو مرتبط بها من تغيرات سياسية واجتماعية.

وفيما يلي جدول موضح لخصائص عينة الدراسة :

جدول رقم (١)

خصائص عينة المسلسلات والأفلام

اسم العمل الفني	القالب الدرامي	جهة إنتاج العمل	سنة الانتاج	قصة العمل الفني	مؤلف العمل	مخرج العمل	الزمن الكلي للعمل الفني
مصطفى كامر	فيلم	احمد بدرخان	١٩٥٢	غير مقتبس	فتحي رصوان	احمد بدرخان	١:٤٣:٣٤ ساعة
بن القصرين		جيرانييل تدمحي	١٩٦٤	مقتبس من ثلاثية نجيب محفوظ	نجيب محفوظ	حسن الامام	٢:٠٨:١٤ ساعة
سيد درويش		الشركة العامة للإنتاج السينمائي العربي	١٩٦٦	غير مقتبس	سامي داود	احمد بدرخان	١:٥٢:٣٢ ساعة
المسك فاروق	مسلسل	مركز تليفزيون الشرق الأوسط MBC	٢٠٠٧	غير مقتبس	لميس جابر	حاتم علي	٢٦:٤ ساعة
جمهورية زفتي		شركة القاهرة للصوتيات والمرئيات	١٩٩٨	غير مقتبس	يسري الجندى	اسماعيل عبد الحافظ	٢٠ ساعة
ثورة وحكاية		صوت القاهرة	٢٠٠٨	غير مقتبس	هالة نعمان عاشور	وليد عبد العال	٢٢:٣٠ ساعة
مصر الجديدة		الشركة المصرية للإنتاج الإعلامي	٢٠١١	غير مقتبس	يسري الحفدي	محمد فاضل	٢٥:٩ ساعة

وأُسفرت نتائج التحليل على ما يلي:

أولاً: دور المرأة وسماتها في ثورة ١٩١٩م

أظهرت الدراما دور المرأة في ثورة ١٩١٩م بنسبة ٤٢,٦% بواقع (٣٤٦ مشهداً من إجمالي ٨١٣ مشهداً) وهي نسبة ليست قليلة خاصة أن جميع المشاهد التي ظهرت بها كانت مؤثرة وفعالة. وحتى بعد انتهاء الثورة بانتهاء الظروف التي دعت إلى قيامها، لم تترك المناضلات العمل السياسي والرسالة التي يهدفن لتحقيقها، فعلى سبيل المثال لم تترك «هدى شعراوي» وصاحباتها مواقعهن السياسية وظلن يخدمن الوطن في ظل لجنة الوفد المركزية للسيدات والاتحاد النسائي المصري الذي تغير اسمه وأصبح الآن «جمعية هدى شعراوي»^(١٠٩)، وقد عبرت الدراما عينة الدراسة بالفعل عن هذه الأحداث وألقت الضوء عليها وذلك من خلال مسلسل «مصر الجديدة».

وعن سمات المرأة التي ظهرت بدور إيجابي في الأعمال عينة الدراسة كانت الإرادة القوية في المرتبة الأولى بنسبة ٨٥,٣%، والتعلم والثقافة في المرتبة الثانية بنسبة ٨٤,٧%، والذكاء في المرتبة الثالثة بنسبة ٨٢,٩%، والشجاعة في المرتبة الرابعة بنسبة ٨٢,٧%، وأخيراً الكفاح في المرتبة الأخيرة بنسبة ٧٠,٥%، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (١٩)

سمات المرأة

سمات المرأة	ك	%
لديها إرادة قوية	٢٩٥	٨٥,٣
متعلمة ومثقفة	٢٩٣	٨٤,٧
ذكية	٢٨٧	٨٢,٩
شجاعة	٢٨٦	٨٢,٧
مكافحة	٢٤٤	٧٠,٥
ن	٣٤٦	

١٠٩- أمينة السعيد- «بطولة نسوية في ثورة ١٩١٩م»، ص ١٨-٢٥، في: مجلة الهلال ، ملف مئوية

١٩١٩م، مارس ٢٠١٩م.

جدول رقم (٢٠)

العلاقة بين سمات المرأة والفترة التاريخية

معامل التوافق	مستوى المعنوية	٢١٥	الإجمالي		وبما بعد الثورة		ولثناء الثورة		ما قبل الثورة		الفترة التاريخية سمات المرأة
			٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	
٠,١٠٩	غير دال احصائيا	٤,١٤٦	٨٥,٣	٢٩٥	٨٧,٤	٨٣	٨٧	١٦١	٧٧,٣	٥١	لديها ارادة قوية
٠,٠٧٦	غير دال احصائيا	٢,٠١٨	٨٤,٧	٢٩٣	٨٨,٤	٨٤	٨٤,٣	١٥٦	٨٠,٣	٥٣	متعلمة
٠,٠٨٢	غير دال احصائيا	٢,٣٤٠	٨٢,٩	٢٨٧	٨٢,١	٧٨	٨٥,٤	١٥٨	٧٧,٣	٥١	ذكاة
٠,٠٤٨	غير دال احصائيا	٠,٧٨٥	٨٢,٧	٢٧٦	٨١,١	٧٧	٨٤,٣	١٥٦	٨٠,٣	٥٣	شجاعة
٠,٢٤٨	دال احصائيا	٢٢,٦٥٢	٧٠,٥	٣٣٤	١٠١,٦	٤٩	٧٧,٣	١٤٣	٧٨,٨	٥٢	مكافحة
			٣٤٦		٩٥		١٨٥		٦٦		ن -

درجة الحرية لكل بديل = ٢

وأثبتت نتائج التحليل الإحصائي عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين سمات المرأة التي شاركت في أحداث ثورة ١٩١٩م وطبيعة الفترات التاريخية، بينما وجدت علاقة دالة إحصائية وإن كانت ضعيفة بين سمة الكفاح وطبيعة الفترات التاريخية فقد كانت المرأة أكثر كفاحًا أثناء الثورة عن قبل وبعد الثورة فقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠,٢٤٨ عند مستوى معنوية ٠,٠١.

ثانياً: المظاهرات التي شاركت فيها المرأة

كان للمرأة دوراً في المظاهرات التي تناولتها الدراما عينة الدراسة حيث شاركت فيها بنسبة ٢٥,١% (بواقع ٨٧ مشهداً من إجمالي ٣٤٦ مشهداً ظهرت فيه المرأة)، واختلفت هذه المشاركة باختلاف الفترات الزمنية حيث ارتفعت أثناء الثورة عن قبل وبعد الثورة، فقد اهتمت بالتركيز على خروج الطالبات من مدرسة السينية في مظاهرات ثورة ١٩١٩م، وكذلك أزواج أعضاء الوفد والطبقات الأرستقراطية والسيدات العاملات وربات البيوت، والهدف باسم مصر وضد الاحتلال الإنجليزي، والوقوف أمام القوات الإنجليزية وعدم الخوف من الأسلحة التي يحملوها واستكمال هتافهم.

كما ظهرت هدى شعراوي بنسبة ١٧,٨% (٥٩ تكرار من ٣٣١ تكرار)، وصفية زغلول بنسبة ٦% (٢٠ تكرار من ٣٣١ تكرار) وذلك بالنسبة للمشاهد التي ظهرت فيها الشخصيات التاريخية والزعماء المرتبطين بثورة ١٩١٩م. واتضح من نتائج التحليل الإحصائي أيضاً أن شخصية «هدى شعراوي» ظهرت بشكل محوري بينما «صفية زغلول» ظهرت بشكل ثانوي بنسبة كبيرة.

وعن «هدى شعراوي» المناضلة المصرية مؤسسة الحركة النسوية في مصر ودورها في حشد المظاهرات النسائية في ثورة ١٩١٩م وما بعدها، حيث نظمت ثورة ١٦ مارس بحضور ثلاثمائة أو أكثر من سيدات الطبقات العليا المصرية مختربة شوارع القاهرة لتشهد على تضامن وتصميم الشعب المصري، وكانت

مسيرة تجسد الروح المصرية من عدة أوجه، شاركت فيه مسيحيات ومسلمات ويهوديات من كافة الطبقات ، ورفعت بعضهن علم الوحدة الوطنية الذي حل الصלבان مكان النجوم الثلاث التي يعانقها الهلال على خلفية خضراء ، وسارت النساء الثريات والفقيرات جنبًا إلى جنب ضد الاحتلال^(١١٠) ، فكان من الطبيعي أن تظهر شخصية «هدى الشعراوي» بنسبة كبيرة وخاصة في ظل وجود مسلسل درامي يتناول السيرة الحياتية لها ومساهماتها السياسية والاجتماعية في مصر وهو مسلسل «مصر الجديدة».

ثالثًا: المواقف الدرامية التي أخذت فيها المرأة موقف حاسم بشأن الثورة

جدول رقم (٢١)

المواقف الدرامية التي أخذت فيها المرأة موقف حاسم بشأن الثورة

المواقف الدرامية التي أخذت فيها المرأة موقف حاسم بشأن الثورة	ك	%
المشاركة في التظاهرات والمطالبة باستقلال مصر .	٧٧	٢٢,٣
المشاركة في توزيع المنشورات المطالبة بالاستقلال في المدارس والبيوت	٣٥	١٠,١
تحدى أوامر بعدم التظاهر الإنجليزي والقيام بالتظاهرات	٨	٢,٣
المقاطعة الاقتصادية	٣	٠,٩
مساعدة الثوار من الإنجليزي في الاحتماء بمنزلهم، واخفاء اسلحته وذخيرة الثوار	٢	٠,٦
ن	٣٤٦	

اتخذت المرأة مواقف حاسمة بشأن الثورة في المشاهد التي ظهرت بها، وكانت أولى هذه المواقف هي المشاركة في التظاهرات والمطالبة باستقلال البلاد وتضحياتها بنفسها، حيث بلغت نسبتها ٢٢,٣٪، يليها في المرتبة الثانية المشاركة في توزيع

١١٠- سنية شعراوي .- وكشفت وجهها : حياة هدى شعراوي، أول ناشطة نسائية مصرية.(القاهرة :

المركز القومي للترجمة، ٢٠١٨م)، ص١٤٤-١٤٥.

المنشورات المطالبة بالاستقلال في المدارس والبيوت بنسبة ١٠,١٪، يليها تحدي أوامر بعدم التظاهر الإنجليزي والقيام بالمظاهرات بنسبة ٢,٣٪، يليها المقاطعة الاقتصادية بنسبة ٠,٩٪، وأخيرا مساعدة الثوار في الاحتماء بمنزلهم وإخفاء الأسلحة بنسبة ٠,٦٪.

ويتضح من هذا أن جميع المواقف السياسية التي شاركت فيها المرأة تتعلق بالشجاعة والقوة والتضحية بالنفس والانتماء وقد نجحت الدراما المصرية في إظهار ذلك. واتفقت هذه النتيجة مع دراسة «نبيلة رامداني» (٢٠١٣م) في أن كفاح المرأة لم ينصب فقط على المظاهرات بل شمل جوانب أخرى مثل المقاطعة الاقتصادية ونشر الكتب التي تهاجم الاستعمار^(١١١).

فقد كان للمرأة دورا قويا في هذه الثورة حيث مارست في إطار الثورة أول عمل سياسي جماهيري منظم، وتمثل في تنظيم مظاهرات ١٦ مارس عام ١٩١٩م، للاحتجاج على ما قام به الانجليز في المصريين^(١١٢)، ولم تكن مقصورة على نساء الطبقة الأرستقراطية بل امتدت لتشمل كل الطبقات مما يدل على الوعي الوطني والقومي^(١١٣)، أيضا أثبتت العديد من الدراسات أن بسبب القيود الرقابية والتقاليد الاجتماعية لم تنل المظاهرات النسائيتان ١٦ و ٢٠ مارس حظهما على الصحف^(١١٤)، وقد يتشابه ذلك مع ما حدث في الأفلام السينمائية بينما أهتمت الدراما التلفزيونية بتقديم دور المرأة بشكل أكثر عمقا وقد يرجع ذلك إلى اختلاف طبيعة المسلسل الذي يعطي مساحة زمنية وافية لاستعراض الأحداث، إلى جانب حداثة إنتاج المسلسلات الدرامية عن الأفلام السينمائية والتي تعكس رؤية مختلفة لتناول الأحداث.

١١١- نبيلة رامداني، ٢٠١٣م، مرجع سابق .

١١٢- منى عبد الرحيم، ٢٠١٨م، مرجع سابق، ص ٣٣.

١١٣- شيرين سلامة- «اتجاهات الصحافة المصرية نحو قضايا المرأة في الفترة من ١٩١٩م- ١٩٥٦م»، رسالة ماجستير، (القاهرة: قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٢م) ، ص ٢٢٦.

١١٤- منى عبد الرحيم، ٢٠١٨م، مرجع سابق، ص ٧٧.

ويعتد مسلسل «مصر الجديدة» من أكثر الأعمال الدرامية عينة الدراسة تأكيداً على دور المرأة في ثورة ١٩١٩م، متناولاً مشاركة المرأة من مختلف الطبقات الاجتماعية في اندلاع الثورة وتحقيق أهدافها.

ومن المشاهد التي أكدت على دور المرأة هو مشهد كتابة خطاب «هدى شعراوي لعلي شعراوي قائلة: «ولتعلم وليعلم من معكم في باريس أنكم لستم وحدكم فالأمة معكم، ولتكمّلوا ما تسعون إليه، ولجنة ملنر تواجه بمقاومة عنيفة.. أؤف إليكم بشرة لزرع كتيبة جديدة في معركتنا مع المحتل مسلحة بالإيمان، وقد أعلن تشكيل لجنة الوفد المركزية للسيدات، وتخطبنا مع اللجنة المركزية للوفد بشأنها وأعلمنا سعد باشا بالأمر».

والجدير بالذكر أن المواقف الدرامية التي أخذت فيها المرأة موقف حاسم بشأن الثورة قد اختلفت باختلاف الفترات التاريخية، فقد ظهرت المشاركة في التظاهرات والمطالبة بالاستقلال، وتحدي الأوامر بعدم التظاهر ضد الإنجليز أكثر أثناء الثورة، وظهرت المشاركة في توزيع المنشورات المطالبة بالاستقلال بعد الثورة وذلك رغبة في الحصول على التحرير الكامل من الاحتلال الإنجليزي، كما ظهرت فئات أثناء الثورة فقط مثل مساعدة الثوار على الاحتماء في منازل السيدات، وأيضاً ظهرت فئات بعد الثورة فقط مثل المقاطعة الاقتصادية لمنتجات الإنجليز.

الهدف من المعالجة الدرامية لأحداث ثورة ١٩١٩م

جدول رقم (٢٢)

الهدف من المعالجة الدرامية لأحداث ثورة ١٩١٩م

الهدف من المعالجة الدرامية	ك	%
رصد دور المرأة في الثورة	٦٩٤	٨٥,٤
إظهار تلاحم الشعب المصري والوحدة الوطنية	٥٠٥	٦٢,١
تقديم خلفية اجتماعية للأشخاص المشاركين في الثورة	٤٣٨	٥٣,٩
تقديم خلفية تاريخية لثورة ١٩١٩م	٣٧٦	٤٦,٢
إظهار إيجابيات وسلبيات الثورة	٣٢٢	٣٩,٦
ن -	٨١٣	

اتضح من نتائج التحليل الإحصائي أن الهدف من المعالجة الدرامية للأحداث هي رصد دور المرأة في الثورة في المرتبة الأولى حيث وصلت نسبتها إلى ٨٥,٤٪، يليها إظهار تلاحم الشعب المصري والوحدة الوطنية في المرتبة الثانية بنسبة ٦٢,١٪، يليه تقديم خلفية اجتماعية للأشخاص المشاركين في الثورة في المرتبة الثالثة بنسبة ٥٣,٩٪، ثم تقديم خلفية تاريخية لثورة ١٩١٩م في المرتبة الرابعة بنسبة ٤٦,٢٪، وأخيرا إظهار إيجابيات وسلبيات الثورة بنسبة ٣٩,٦٪.

ومن هنا نتوصل إلى أن الدراما المصرية عينة الدراسة اهتمت في المقام الأول بمخرجات الثورة وما نتج عنها من ازدهار الحركة النسوية في مصر والوحدة الوطنية ثم تقديم الخلفية التاريخية المناسبة للجمهور والتي تهدف إلى التوعية التاريخية والسياسية له وربطه بتاريخ بلاده في المقام الثاني.

* * *

المراجع

1. <http://www.alexa.com/topsites/countries;1/EG>, accessed in: 30-12-2013
2. Jin yang and padmini patwardhan, «Determinants of Internet News Use: A Structural Equation Model Approach», on line @ <http://www.scripps.ohiou.edu/wjmcr/vol08/8-1a.html>
3. محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٩)، ص ٢٥٧.
4. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط٣، (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠١٠)، ص ٣٠٧.
5. حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٣)، ص ٢٣٧-٢٣٩
6. محمود إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، (القاهرة: الدار العالمية، ١٩٩٨)، ص ٤٨.
7. وجدي حلمي عبد الظاهر، دور قناة نفرتيتي في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات الصحية في إطار نظريتي الاعتماد والمعرفة، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنيا: كلية الآداب، ٢٠٠٥)، ص ٩٠-٩١.
8. Melvin Defleur and Sandra Ball Rokeach, "The ultimate basis influence lies in the interdependency between the media and other social systems and how these interdependencies shape audience relationships with the media",
9. Online @ <http://www.colostate.edu/depts/speech/rccs/theory12.htm>.
١٠. وائل صلاح نجيب، مدى اعتماد المراهقين على التلفزيون المحلي في التعرف على القضايا المحلية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠٠٣)، ص ٥٨.
١١. اتحاد الإذاعة والتلفزيون: بحث اتجاهات الجمهور النسائي نحو برامج المرأة والأسرة بالتلفزيون، الأمانة العامة، القاهرة، ٢٠٠٣.

١٢. أحمد زكريا أحمد: تحرير المجلات النسائية العامة في مصر وأثره في أدائها الصحفي خلال عامي ٩٦-٩٧ - دراسة مسحية لمجلتي حواء ونصف الدنيا ، ماجستير ،كلية الإعلام ،جامعة القاهرة، ٢٠٠١.
١٣. أديب خضور، صورة المرأة في الإعلام العربي، المكتبة الإعلامية، الطبعة الأولى، دمشق، ١٩٩٧.
١٤. أشرف جلال، القيم العربية كما تعكسها أغاني الفيديو كليب وانعكاساتها على قيم الشباب ،المؤتمر العلمي العاشر ،كلية الإعلام ،جامعة القاهرة ،مايو ٢٠٠٤.
١٥. أشرف جلال، صورة المرأة كما تعكسها الدراما في الفضائيات العربية وأثرها على إدراك الجمهور للواقع الاجتماعي ، المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام ،الدار المصرية اللبنانية ،القاهرة، ٢٠٠٤.
١٦. أماني عبدالرؤوف محمد عثمان، الوضع الاجتماعي للمرأة المصرية كما يعكسه التلفزيون المصري وعلاقته بالواقع الفعلي، دراسة تحليلية تطبيقية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٤.
١٧. أميرة سمير طه، دور المسلسلات العربية التليفزيونية في إدراك الشباب المصري للمشكلات الاجتماعية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠١.
١٨. أميرة محمد العباسي، المشاركة السياسية للمرأة المصرية ودور الإعلام في تفعيل هذه المشاركة: دراسة ميدانية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الثاني ، العدد الأول ،يناير - مارس ٢٠٠١.
١٩. أميمة عمران، دور وسائل الإعلام في مشاركة المرأة في العمل السياسي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد (١١)، ٢٠٠١، ص ٢١١، ٢٧٥.
٢٠. تقارير وحدة الرصد الإعلامي بالمجلس القومي للمرأة منذ (٢٠٠٥ : ٢٠١٠).
٢١. جيهان رشتي الإعلام المصري والمرأة في : منتدى المرأة العربية والإعلام ،تحت شعار: نحو فضاء إعلامي متفاعل (القاهرة، ٢٠٠٢)

٢٢. حسام علي علي سلامة. أخلاقيات تناول قضايا المرأة في السينما المصرية: دراسة تحليلية. في: مؤتمر أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق. الجزء الرابع (القاهرة: كلية الإعلام - جامعة القاهرة، مايو ٢٠٠٣) ص ١٥٩٣-١٦٦٤.
٢٣. حمدي حسن، المضمون الثقافي للاستثمارات الإعلانية: دراسة مقارنة لعينة من إعلانات التلفزيون في العالم العربي، مجلة البحوث والدراسات العربية، عدد (٣٣)، يوليو ٢٠٠٠.
٢٤. رغدة محمد عيسي. العوامل المؤثرة علي القيادات الإعلامية النسائية باتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري وانعكاسها علي التخطيط الإعلامي. رسالة ماجستير غير منشورة. (القاهرة: كلية الإعلام - جامعة القاهرة، ٢٠٠٥).
٢٥. سامية دسوقي عيد «دور التلفزيون في إمداد المرأة المصرية بالمعلومات البيئية، دراسة في إطار نظرية فجوة المعرفة»، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٥.
٢٦. سمية عرفات، مدى مراعاة الضوابط الأخلاقية في الأغنية العربية المصور، دراسة تحليلية للأغنية المصورة بقناة دريم، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد الثامن عشر، أكتوبر ٢٠٠٢.
٢٧. سنية شعراوي -. وكشفت وجهها: حياة هدى شعراوي، أول ناشطة نسائية مصرية.(القاهرة : المركز القومي للترجمة، ٢٠١٨م).
٢٨. سوزان القليني. صورة المرأة في وسائل الاتصال والإعلام المصرية. في: الفن الإذاعي. عدد ١٧٢ - أكتوبر ٢٠٠٣.
٢٩. صورة المرأة في الصحف والمجلات المصرية (٢٠٠٤)، القاهرة، مركز وسائل الاتصال الملائمة من أجل التنمية، وحدة الرصد الإعلامي، ٢٠٠٥.
٣٠. عادل عبدالغفار، صورة المرأة في الدراما التلفزيونية المقدمة خلال شهر رمضان ، المجلس القومي للمرأة، ٢٠٠١.

٣١. عادل عبد الغفار، ملامح التمييز الثقافي ضد المرأة في المسلسلات التلفزيونية، المجلس القومي للمرأة، لجنة الثقافة، ٢٠٠٦.
٣٢. عبد الرحيم أحمد سليمان درويش. معالجة الأفلام السينمائية المصرية التي يعرضها التلفزيون للقضايا الاجتماعية وأثرها على الشباب. رسالة دكتوراه غير منشورة. (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٢).
٣٣. عزة عبد العظيم، تأثير الدراما التلفزيونية على إدراك الواقع الاجتماعي للأسرة المصرية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٠.
٣٤. عزة كامل، صورة المرأة في الصحافة المصرية (تقرير ٢٠٠٢-٢٠٠٣)، القاهرة، مركز وسائل الاتصال الملائمة من أجل التنمية، مشروع الرائد الإعلامي ٢٠٠٤.
٣٥. عطا حسن عبد الرحيم، محمد متولى عفيفي، الإعلان وتغيير القيم، مجلة الدراسات الإعلامية، عدد ٩٨/٩٧، يناير / مارس ٢٠٠٠.
٣٦. عواطف عبد الرحمن وآخرون، المرأة المصرية في صعيد مصر، جامعة القاهرة، كلية الإعلام واليونيسكو، ٢٠٠٧.
٣٧. عواطف عبد الرحمن: «الإعلام والمرأة المصرية دراسة مسحية (القضايا) الخطاب الإعلامي النسوي - الكوادر البشرية»، بحث منشور في كتاب الإعلام والمرأة في عصر المعلومات، (القاهرة: الطوبجي للطباعة والنشر، ٢٠٠٥).
٣٨. ليلي عبد المجيد وآخرون: المرأة المصرية والإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ومركز قضايا المرأة المصرية، ٢٠٠٧.
٣٩. ماجدة أحمد عامر وهالة كمال نوفل، موقف جمهور الريف من حملات تنظيم الأسرة، دراسة ميدانية على عينة من الريفات بقرى محافظة الجيزة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد (١٦) سبتمبر ٢٠٠٢، ص ٢٥٥.
٤٠. محمد زين عبد الرحمن: التغطية الصحفية لمشاركة المرأة في انتخابات مجلس الشعب عام ٢٠٠٠ - دراسة تحليلية للمجلات النسائية وصفحات المرأة اليومية - رسالة ماجستير - غير منشورة - كلية الإعلام - جامعة القاهرة - ٢٠٠٢.

٤١. محمد شومان: المشاركة السياسية للمرأة في خطاب الكاريكاتور في الصحافة المصرية- انتخابات مجلس الشعب عام ٢٠٠٠ نموذجاً، مجلة كلية الآداب، جامعة الزقازيق، يونيو ٢٠٠٤.
٤٢. محمود يوسف. صورة المرأة المصرية في الأفلام السينمائية التي يقدمها التلفزيون. في: المجلة المصرية لبحوث الإعلام العدد العاشر. يناير، مارس ٢٠٠١، ص.ص. ٤٩-١٠٧.
٤٣. منى حلمى رفاعى، التعرض للدراما المصرية في التلفزيون وإدراك الشباب المصري للعلاقة بين الجنسين ، رسالة ماجستير غير منشورة ،كلية الإعلام،جامعة القاهرة، ٢٠٠٣.
٤٤. نادية مصطفى عبده ،دور الاتصال في المشاركة السياسية للمرأة المصرية: دراسة ميدانية ،رسالة ماجستير غير منشورة ،كلية الإعلام ،جامعة القاهرة، ٢٠٠٠.
٤٥. نجوى كامل وآخرون: الإعلام والمرأة في الريف والحضر، دراسة تطبيقية على مصر والبحرين، مركز الخليج للدراسات الاستراتيجية ومركز بحوث دراسات المرأة والإعلام، كلية الإعلام - جامعة القاهرة، ٢٠٠٦.
٤٦. نجوى محمد الجزار، صورة المرأة في إعلانات التلفزيون: تحليل مضمون إعلانات التلفزيون المصري في شهر رمضان، المجلس القومي للمرأة، ٢٠٠١.
٤٧. نيفين غباشى، دور قادة الرأي في حملات التسويق الاجتماعي الموجهة للمرأة الريفية مع التطبيق في مجال تنظيم الأسرة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩٦.

48. -Lisa J. Orchard. Chris Fullwood Niall Galbraith & Neil Morris. In-
dividual Differences as Predictors of Social Networking. **Journal of
Computer-Mediated Communication** 19 (2014) 388-402 © 2014 In-
ternational Communication Association,

49. Maeve Duggan&Joanna Brenner, "The Demographics of Social Media Users — 2012, (Pew Research Center's Internet & American Life Project,2013) available at:<http://pewinternet.org/Reports/2013/Social-media-users.aspx>.
50. LEE RAINIE, AARON SMITH AND MAEVE DUGGAN, "Coming and Going on Facebook",2013, <http://www.pewresearch.org/>
٥١. حاتم سميح أبو طه. «اثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على قضايا المرأة من وجهة نظر الإعلاميين في قطاع غزة». (مركز شؤون المرأة - غزة- فلسطين)، ٢٠١٣.
٥٢. أمين اليافعي. دور وسائل الإعلام الجديدة في مناصرة قضايا المرأة. ٢٠١٣. متاح على:
53. <http://asahnetwork.org/%D8%AF%D9%88%D8%B1>
54. Manago, Adriana M,"Me and my 400 friends: The anatomy of college students' Facebook networks, their communication patterns, and well-being". *Developmental Psychology*, Vol 48(2), Mar 2012, 369-380 available at:
55. <http://psycnet.apa.org/index.cfm?fa=buy.optionToBuy&id=2012-02329-001>
56. KEITH HAMPTON, LAUREN SESSIONS GOULET, CAMERON MARLOW AND LEE RAINIE," Why most Facebook users get more than they give".<http://www.pewinternet.org/2012/02/03/why-most-facebook-users-get-more-than-they-give/>
57. Al-Saggaf, yeslam. (2011). Saudi Females on Facebook: An Ethnographic Study. *International Journal of Emerging Technologies & Society*. Vol 9, No. 1, 2011, pp: 1-19.

58. Kuan-ju Chen. A test of the spiral of silence theory on young adults use of social networking sites for political purposes. Iowa State University, kuanjuc@iastate.edu.2011

٥٩.دراسة على نجادات. استخدام المتزوجات العاملات في الجامعات الأردنية للفيس بوك والإشباع المتحققة منه.٢٠١١.

60. Stith, Danica. Unpublished M.A Thesis, 2011, Homemaker to Seductress: A Content Analysis of Gender Stereotypes in Online Embedded Advertisements, , (United States – Minnesota, Minnesota State University, Mankato), PP3-17.

61. <http://aitnews.com/2011/04/01/14468/>

٦٢.سالي أسامه عبد الواحد. «دور الصحافة الإسلامية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو قضايا المرأة»، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنيا: كلية الآداب. قسم الإعلام.٢٠١٠).

٦٣.أسماء فتحي شعبان. «العلاقة بين النوع الاجتماعي واستخدام شبكة المعلومات الدولية- دراسة تحليلية ميدانية»، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، ٢٠١٠).

64. Julie Tweed, An Examination of Changing Perceptions of Singlehood, Master Thesis, East Tennessee State University, 2008

٦٥.حلمي خضر ساري : «تأثير الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الاجتماعية - دراسة ميدانية في المجتمع القطري»، مجلة جامعة دمشق، المجلد ٢٤، العدد الأول والثاني، (سوريا : جامعة دمشق ، ٢٠٠٨) ، ص ٢٩٥ - ٣٥١.

66. Etan y.Alimi, The Dialectic of opportunities Threats & Temporality of Contention, Evidence from The occupied, Territories international political science review, Vol 28, no 1, 2007, pp101-123.

٦٧.حنان محمد عبد الحميد إبراهيم، «قضايا المرأة المسلمة على شبكة المعلومات الدولية» بحث مقدم في مؤتمر بعنوان "المرأة في مجتمعاتنا على ساحة أطر حضارية متباينة"، (جامعة عين شمس - كلية الآداب قسم علم الاجتماع مركز الدراسات المعرفي، خلال الفترة من ١٤-١٦ نوفمبر ٢٠٠٦).

68. Fallows, D. "HOW Women and men use the internet", (U.S.A: Pew Internet & American life Project, 2005), pp 1-46.

٦٩. شريف درويش، «اتجاهات استخدام المرأة لتكنولوجيا الاتصال في عصر المعلومات»، بحث منشور في كتاب الإعلام والمرأة في عصر المعلومات، (القاهرة: الطوبجي للطباعة والنشر، ٢٠٠٥).

70. Naomi Sakr, Naomi Sakr, "Women and Media in the middle East: Power through Self-Expression", (London : AB Tawres ,Library of modern Middle East Studies, 2004), Avialable on: www.meenet.info/index.php.

٧١. محمد عبد الحميد، «البحث العلمي في الدراسات الإعلامية» (القاهرة: عالم الكتاب، ٢٠٠٠).

٧٢. سلمى طابع، بحوث الاعلام (القاهرة: دار النهضة العربية، ٢٠٠١)، ص ٢٥٦

٧٣. فرج الكامل، بحوث الإعلام والرأي العام: تصميمها، وإجرائها، وتحليلها، ط ١، (القاهرة: دار النشر للجامعات، ٢٠٠١) ص ١٣٤.

٧٤. عبد الهادي أحمد النجار، تقييم استخدام المقاييس الإحصائية في بحوث الإعلام، دراسة تطبيقية، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد السادس والعشرون، أكتوبر، ٢٠٠٦.

٧٥. مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار «الإعلام الإلكتروني في مصر .. الواقع والتحديات» تقرير شهري يصدر عن مركز المعلومات اتخاذ القرار- مجلس الوزراء المصري، السنة الرابعة، العدد ٣٨، ٢٠١٠ ص ٤.

76. Cyr.D, Hassanein .K ,Head .M & Ivanov.A " The Role of Social Presence in Establishing Loyalty in e-Service Environments" In : Interacting With Computers .Vol.19,2008.pp.95-97

77. Starter .K, Richter,H. " Examining privacy and disclosure in asocial Networking community". Paper presented at the symposium on privacy and security .Pittsourgh, pA,july 2007

٧٨. صالحة الدماري.(الطلاب والشبكات الاجتماعية - دراسة ميدانية في استخدامات وإشاعات طلاب كلية الفنون والإعلام للفييس بوك كشبكة اجتماعية) مدونه صالحة الدماري.

79. alola.maktoobblog.com

٨٠. غادة مصطفى أحمد محمد البطريق. دور الإعلام الإلكتروني في دعم المشاركة السياسية في عصر العولمة الإعلامية: دراسة ميدانية علي أحداث ثورة مصر في ٢٥ يناير ٢٠١١ م ، بحث مقدم للمؤتمر الدولي الأول لقسم الاجتماع العلوم الإنسانية والعولمة ، (القاهرة : جامعة قناة السويس - كلية الآداب والعلوم الإنسانية ، قسم الإعلام ، الفترة من ٢٩-٣٠ مايو ٢٠١١م).

٨١. أشرف جلال حسن ، أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالإنترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية دراسة تشخيصية مقارنة علي الشباب وأولياء الأمور في ضوء مدخل الإعلام البديل ، المؤتمر الدولي العلمي الأول ، الأسرة والإعلام وتحديات العصر ، ١٥-١٧ فبراير ٢٠٠٩ (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، ٢٠٠٩).

٨٢. برلنت نزيه قابيل، تأثير سمات الشخصية على الأنشطة الاتصالية: دراسة تطبيقية على عينة من الشباب، رسالة ماجستير غير منشورة.(جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٢).

٨٣. صفا فوزي علي محمد عبد الله، علاقة الطفل المصري بوسائل الاتصال الالكترونية: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: كلية إعلام، ٢٠٠٣).

٨٤. أولجا جوديس بيالي، بارت كاميرتس، نيكو كارينثير، ترجمة علا أحمد إصلاح، فهم الإعلام البديل، ط ١ (مجموعة النيل العربية: مؤسسة محمد بن راشد آل مكتوب، ٢٠٠٩).

٨٥. أحمد بن راشد بن سعيد، الإعلام والجمهور النشط: من مقاومة السائد إلي إنتاج البديل، في: المؤتمر العلمي الرابع لشعبة علوم الإعلام بعنوان وسائل الإعلام الجديدة وآفاق المستقبل، الأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام، يومي ٢٠-٢١ مايو ٢٠٠٨.

٨٦. رغدة عيسى، العوامل المؤثرة على القيادات الإعلامية النسائية باتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري وانعكاسها على التخطيط الإعلامي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٤.

٨٧. سهام نصار: استخدامات المرأة المصرية للمجلات النسائية والإشبيعات المتحققة منها، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد الأول (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٢) ص ٢٣١ - ص ٣٠٤.

88. <https://www.albayan.ae/books/from-arab-library/2018-04-17-1.3239924>.

89. <http://ar.m.wikipedia.org>.

٩٠. أمال قرامي ومنية العرفاوي.- النساء والإرهاب : دراسة جنديرية (مسكياني للنشر والتوزيع، بتونس، عام ٢٠١٧م)

٩١. إسرائ عاطف إبراهيم الغزالي صورة المرأة العاملة كما تعكسها الأفلام و المسلسلات المصرية على القنوات الدرامية و علاقتها باتجاهات المرأة نحو العمل، رسالة دكتوراه، (القاهرة : قسم الاذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٨م)

٩٢. إبراهيم فؤاد الخصاونة.- «صورة المرأة في إعلانات التلفزة الأردنية»، ص ٤٨٦ - ٤٦٧، في: مجلة دراسات العلوم الانسانية والاجتماعية، الأردن، مجلد ٤٣، ٢٠١٦م .

٩٣. شريف شفيق زكي علي حرب.- (صورة المرأة العاملة كما تعكسها الدراما التلفزيونية وعلاقتها باتجاهات عينة من طالبات الجامعة نحو العمل) ، رسالة ماجستير ، (عين شمس : قسم الإعلام وثقافة الأطفال ،معهد الدراسات العليا للطفولة ، جامعة عين شمس، ٢٠١٦م)

٩٤. هبة القاضي ولبنى أحمد «انطباع صورة المرأة في الإعلام: دراسة حالة الكويت»، ص ٣١-٥٦ في: مجلة العلوم الاجتماعية، الكويت، مج ٤٤، ع ٣، ٢٠١٦م.

95. Dastgeer ,Shugofa& Gade, Peter J.” Visual framing of Muslim women in the Arab Spring: Prominent, active, and visible”, pp. 432 -450 in: **International Communication Gazette**, Volume. 78, Issue. 5, August, (2016). <https://doi.org/10.1177%2F1748048516640204>.

٩٦. فيحان عجب حمدي.- صورة المرأة السعودية في وسائل الإعلام الوطنية وعلاقتها بإدراك الجمهور للواقع الاجتماعي لها، رسالة ماجستير، (جامعة القاهرة : كلية الاعلام ، قسم الاذاعة والتلفزيون، ٢٠١٥م)

٩٧. خديجة بريك.- «صورة المرأة العربية والمسلمة في السينما الغربية والعربية: دراسة نقدية»، ص ٣٢٧-٣٤٥ في: المؤتمر الدولي السابع: المرأة والسلم الأعلى، مركز الجيل، لبنان، طرابلس، ١٠-٢١ مارس ٢٠١٥م.

٩٨. سهى بنت منيف بن صلف العتيبي.- «الصورة الاجتماعية للمرأة السعودية في كاريكاتير الصحافة المحلية : تحليل مضمون» ، ص ٤٦١-٤٧٤ في: المجلة العربية للإعلام والاتصال ، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال ، السعودية، ع ١٤ ، نوفمبر ٢٠١٥م

99. Matamala, Shana.- “An Analysis of Common Television and Film Stereotypes of Women Leaders” Paper presented at the annual meeting of the 17th Annual ILA Global Conference, Centre Convencions International Barcelona (CCIB), Barcelona, Catalonia, Spain, Oct 14, 2015. http://citation.allacademic.com/meta/p988865_index.html

١٠٠. نصرالدين أبو زيان .- « صورة المرأة العربية في الإعلام الجديد: بين الواقع والمواقع- حالة يوتيوب»، ص ٣٥-٥٠ في: مجلة العلوم الإنسانية، الجزائر، ع ٤٢، ديسمبر ٢٠١٤م.

١٠١. جواد محمد أمين عيسى .- «صورة المرأة في إعلانات التلفزيون العراقي»، رسالة ماجستير، (القاهرة : قسم العلاقات العامة والاعلان، كلية الاعلام، جامعة القاهرة ٢٠١٣م)

102. Hoewe, Jennifer. Appelman, Alyssa. et als. «Perceived Realism, Enjoyment, and News Perception in the Context of Stereotypes: The Influence of Stereotypic Portrayals of Gender Roles on Attitudes toward News Stories” Paper presented at **the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication**, Renaissance Hotel, Washington DC, Aug 08,(2013).
103. Rodica Guzun. “Media Expert Images of Trafficked Women : A Case Study of the Moldovan Media Discourse and Scientific Discourse” , **master** , University of Arkansas ,(2008).
104. Benzehaf, Bouchaib. “Covering Islam in Western Media: From Islamic to Islamophobic Discourses”pp1-11 in: **Journal of English Language Teaching and Linguistics**, Vol. 2 (1), (2017).
105. Jebelly, Neda.”Is the Islamic State (IS) really Islamic?” Paper presented at **the annual meeting of the 88th Annual SPSA Conference**, Hyatt Regency, New Orleans, LA,(2017)
106. Saifuddin Ahmed& Matthes, Jörg .-”Media representation of Muslims and Islam from 2000 to 2015: A meta-analysis, pp.219-244 in: **the International Communication Gazette**, Vol. 79(3), (2017).
107. <https://doi.org/10.1177%2F1748048516656305>.
108. Sharifi ,Mahdi& et als. - “A critical discourse analytic approach to discursive construction of Islam in Western talk shows: The case of

CNN talk shows” , pp45-63, in: **international Communication Gazette**, Volume 79, Issue 1, January, (2016). <https://doi.org/10.1177%2F1748048516656301>.

109. مها أحمد عبد العظيم عبد الوهاب.- «مقاطع الأحداث الإرهابية المصورة على الإنترنت ودورها في تشكيل الصورة الذهنية للمنظمات الإرهابية لدى عينة من الشباب الجامعي»، ص ١١-٢٠، في: مجلة دراسات الطفولة، مصر، مجلد ١٩، عدد ٧٣، أكتوبر ٢٠١٦م.

110. Saleem, M& et als. “Exposure to Muslims in media and support for public policies harming Muslims”, p.841-869, in: **Communication Research**, volume.44, issu.6, (2015).<https://doi.org/10.1177/0093650215619214>.

111. Steiner, Kristian “Images of Muslims and Islam in Swedish Christian and secular news discourse”, p: 20–45, in: **Media, War & Conflict**, Vol. 8, issue.(1), (2015). <https://doi.org/10.1177%2F1750635214531107>.

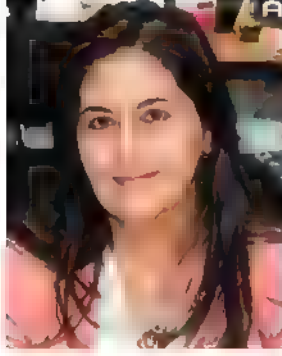
112. Allen, Fleur.- “Islamophobia in the UK: the role of British newspapers in shaping attitudes towards Islam and Muslims .**Doctoral dissertation**, University of Wales, Trinity St David, (2014). <http://repository.uwtsd.ac.uk/id/eprint/413>.

113. Deborah Slonowsky.- “Dangerousness and Difference: The Representation of Muslims within Canada’s Security Discourses” .**Master**. Faculty of Social Sciences, University of Ottawa,(2012).

114. إيمان سيد علي .- صورة الفتاة كما تعكسها المسلسلات التلفزيونية الأمريكية وعلاقتها بتشكيل الصورة الذهنية عن الفتاة لدى المراهقات، رسالة ماجستير، (عين شمس، قسم الإعلام وثقافة الطفل ، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، ٢٠٠٨م)

115. كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية(القاهرة، دار الشروق، ١٩٨٩م).

116. عاطف عدلي العبد -. الإعلام والمجتمع، (القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠٠٦م)
117. Judy Gils and Tim Middleton.- **Studying culture: A Practical Introduction** (London: Black-Well, Ltd, 1999).
118. John Hartley.- **Communication cultural and Media Studies: The Key Concepts**. (London: Routledge, 2002), p. 202.
119. Rosenberry, Jack& VICKER, Lauren. A.- **Applied Mass Communication Theory :A Guide for Media Practitioners** (United States. Pearson Education,inc,2009), p.164.
120. BARAN, Stanley. J.& DAVIS, Dennis. K.- **Mass Communication Theory: Foundation, Ferment, and Future** (United States. Thomson Wadsworth, 2009), p324.
121. مرفت الطرايشي و عبد العزيز السيد.- نظريات الاتصال.(القاهرة: دار النهضة العربية، ٢٠٠٦م)
122. شيماء ذو الفقار زغيب.- مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية. (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠١٧م)، ص٢٢٣.
123. أمينة السعيد.- «بطولة نسوية في ثورة ١٩١٩م»، ص١٨-٢٥، في: مجلة الهلال، ملف مئوية ١٩١٩م، مارس ٢٠١٩م.
124. شيرين سلامة.- «اتجاهات الصحافة المصرية نحو قضايا المرأة في الفترة من ١٩١٩م- ١٩٥٦م»، رسالة ماجستير، (القاهرة: قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٢م) ، ص٢٢٦.



مؤلفتا الكتاب

أ.د. هويدا مصطفى

عميدة كلية الاعلام جامعة القاهرة

- دكتوراه في الإعلام من كلية الاعلام جامعة القاهرة،
بمرتبة الشرف الأولى.
- عضو بعثة الإشراف المشترك للحصول على درجة
الدكتوراه في الإعلام من «المعهد الفرنسي للصحافة»، IFP جامعة باريس
٢ السوربون Pantheon Assas Paris II
- رئيس قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة لدورتين
- عميد المعهد الدولي للإعلام بالشروق
- وكيلة كلية الاعلام لشؤون الدراسات العليا والبحوث بجامعة القاهرة
- حاصلة على جائزة التفوق في العلوم الاجتماعية عن عام ٢٠١٨ بالمجلس
الاعلى للثقافة بوزارة الثقافة
- رئيس وحدة الاعلام و مناهضة العنف ضد المرأة بجامعة القاهرة
- تم اختيارها ضمن ٥٠ شخصية مؤثرة من السيدات لعام ٢٠١٩ من جانب
منتدى المرأة ومجلة أموال الغد
- عضو لجنة قطاع الإعلام و اللغات بالمعاهد بوزارة التعليم العالي
- عضو مجلس ادارة مركز خدمة المجتمع و تنمية البيئة بجامعة القاهرة
- أمين لجنة قطاع الدراسات الاعلامية بالمجلس الأعلى للجامعات.
- عضو الهيئة الاستشارية للمجلة العلمية لكلية الاعلام بجامعة أم القرى
بالمملكة العربية.

- عضو لجنة متابعة ورصد وتقويم الدعاية الاعلامية والاعلانية للاستفتاء على التعديلات الدستورية
- عضو اللجنة العلمية للمؤتمر العلمي الدولي للعلاقات العامة والاعلام بالمنظمة العربية للتنمية الادارية بجامعة الدول العربية
- عضو اللجنة العلمية لفحص الانتاج العلمي المشكله من اللجنة العلمية الدائمة للترقيات بالمركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية
- عضو مجلس محكمي الترقية لدرجة الأستاذية بكلية علوم الاتصال بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.
- عضو مؤسس للشبكة العربية للتواصل والعلاقات العامة - المنظمة العربية للتنمية الادارية - جامعة الدول العربية
- عضو الهيئة العلمية الاستشارية لمجلة الدراسات الاعلامية - مجلة دولية محكمة تصدر عن المركز الديمقراطي العربي - برلين
- عضو اللجنة العليا لمونديال القاهرة للأعمال الفنية الدورة السادسة والسابعة
- عضو لجنة تطوير الأداء الإذاعي بالهيئة الوطنية للإعلام
- عضو لجنة اعداد ميثاق الشرف الإعلامي المنبثقة عن نقابة الاعلاميين
- رئيس لجنة جائزة النادي الإعلامي للتميز الصحفي المنظمة من قبل المعهد الدافاركي للحوار الدورة الأولى والدورة الثانية
- عضو هيئة تحرير مجلة الاتصال الاستراتيجي والدراسات الاعلامية المجلة العلمية المحكمة لمركز النشر العلمي بجامعة البحرين
- عضو اللجنة الوطنية للتشريعات الاعلامية والصحفية المختصة بإعداد مشروع القانون الموحد لتنظيم الصحافة
- عضو لجنة الاختبارات الموحدة باتحاد الاذاعة والتلفزيون

- عضو لجنة «رصد ومتابعة وتقويم الدعاية الإعلامية والإعلانية للانتخابات البرلمانية»
- عضو لجنة رصد ومتابعة وتقويم الدعاية الاعلامية والإعلانية للانتخابات الرئاسية
- عضو «لجنة الإعلام» بالمجلس الأعلى للثقافة بوزارة الثقافة
- عضو «لجنة جودة المحتوى والمهنية» باتحاد الإذاعة والتلفزيون
- عضو «اللجنة التحضيرية المشكلة لدراسة متطلبات تأسيس جامعة الأهرام الكندية».
- عضو مجلس أمناء جامعة الأهرام الكندية،
- عضو مجلس إدارة «مركز التعاون الأوروبي العربي» بألمانيا،
- عضو لجنة إعداد «مشروع الشعبة الفرنسية» بكلية الإعلام جامعة القاهرة،

لها العديد من المؤلفات

١. الاعلام و التنمية المستدامة :نحو علاقة تفاعلية
٢. الاعلام و مواجهة الارهاب دليل الممارسة المهنية
٣. الاعلان في الانظمة الاعلامية المعاصرة ، القاهرة
٤. الدليل الإقليمي «الإعلام والمجتمع المدني العربي»، «برنامج الشبكة العربية لحرية تكوين الجمعيات»، المنتدى الإعلامي العربي للبيئة والتنمية
٥. «الإعلاميون والانتخابات: مدونة مهنية وأخلاقية» الدليل التدريبي للإعلاميين والصحفيين لتغطية الانتخابات
٦. ٤-الاعلام والأزمات المعاصرة، «مكتبة الأسرة»، سلسلة العلوم الاجتماعية، بالهيئة المصرية العامة للكتاب .

٧. دور الإعلام في الأزمات الدولية
٨. الإعلان في الأنظمة الإعلامية المعاصرة
٩. التدريب الإذاعي والتلفزيوني: الواقع والمأمول
١٠. إعلام الأزمات: الإدارة الإعلامية الدولية لحرب الخليج

* * *



أ.م.د. نسرین عبد العزیز

- أستاذ مساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون بالمعهد الدولي العالي للإعلام بأكاديمية الشروق.
- مدير مركز التدريب وتطوير المهارات - أكاديمية الشروق.
- مدير نادي سينما الشروق - أكاديمية الشروق.
- بكالوريوس إعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة، ٢٠٠٢م.
- ماجستير من قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة ٢٠٠٧م تحت عنوان «المضمون الذي تقدمه قناة "Space Toon" وأثره على الطفل المصري» بتقدير ممتاز مع التوصية بالطبع والنشر على نفقة الجامعة والتبادل مع الجامعات الأجنبية
- دكتوراه في الإعلام مع مرتبة الشرف الأولى - والتوصية بالطبع والتبادل مع الجامعات العربية - قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة - ٢٠١٣م تحت عنوان « دور الدراما المصرية في الفضائيات العربية في نشر ثقافة السلام لدى طلبة الجامعات » .

خبرات ثقافية وإعلامية:

- عضو في الجمعية المصرية بولاية بريمن بألمانيا الاتحادية ووكالة جسور الثقافية من ٢٠١١ - ٢٠١٥م.
- المشاركة في فعاليات مهرجان الفيلم المصري الأول بولاية بريمن بألمانيا الاتحادية «مصر والربيع العربي» والذي عقد في الفترة من ٢٨ مارس - ١ إبريل عام ٢٠١٢م والتابع لوكالة جسور الثقافية بالتنسيق مع المؤسسات الثقافية والسينمائية في مصر وألمانيا.
- المشاركة في عدد من المؤتمرات العلمية والثقافية داخل وخارج مصر.

أنشطة مجتمعية (داخلية وخارجية):

- تقديم بعض حلقات برنامج صندوق الدنيا المذاع على القناة الثانية عام ٢٠١٩م، ٢٠٢٠م.
- كتابة مقالات إعلامية وفنية وسياسية في جريدة الأهرام وموقع «مبتدا».

مؤلفات علمية وثقافية:

لها عدد من المؤلفات العلمية في مجالات الإعلام والدراما والسياسية منها:

- محمد صبحي: مشوار الفن والحياة، القاهرة: دار العلوم للنشر والتوزيع، ٢٠٢٠م
- صورة الإرهابي في دراما السينما والتلفزيون بين الماضي والحاضر، القاهرة: أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، ٢٠٢٠م.
- قراءات في العلاقات الدولية بين السلام والحرب، القاهرة: دار العلوم للنشر والتوزيع، ٢٠١٩م.
- الإعلام من أجل التنمية والسلام، القاهرة: أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، ٢٠١٩م، بالاشتراك مع د. رامي عطا صديق، ود. فاطمة شعبان
- سميحة أيوب: سيدة المسرح العربي «، ٢٠١٩م.
- دراسات في دراما السينما والتلفزيون، القاهرة: دار العلوم للنشر والتوزيع، عام ٢٠١٨م.
- عزت العلايلي: فنان الأرض المصرية «، ٢٠١٨م.
- فضائيات الأطفال وتأثيرها على الأسرة العربية، القاهرة: أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، عام ٢٠١٧م.

- ثقافة السلام: الدراما وثقافة اللاعنف، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع،
٢٠١٦م.

وسائل الاتصال:

nisreen_media@yahoo.com

الصفحة	الفهرس
٥	المقدمة
٩	الفصل الأول: الإعلام وتنمية الوعي بقضايا المرأة
٣٣	الفصل الثاني: دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدراك المرأة المصرية بحقوقها «دراسة ميدانية»
٩١	الفصل الثالث: دور دراما الفضائيات العربية في تشكيل صورة المرأة في التنظيمات الإرهابية لدى المرأة المصرية
١٧٩	الفصل الرابع: المرأة وثورة ١٩١٩م في الدراما المصرية
١٩٠	المراجع

حقوق الطبع محفوظة للناشر



دار أطلس

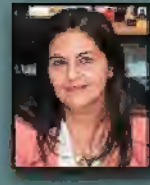
للنشر والتوزيع

يحظر نشر أو اقتباس أى جزء
من هذا الكتاب إلا بعد الرجوع
إلى الناشر



دراسات عن

المرأة والإعلام



تشير الدراسات العربية أن تناول قضايا المرأة في وسائل الإعلام لا يزال يعاني من مشكلات ولا يرتقي إلى مستوى التحولات التي شهدتها الساحة من إنجازات ملموسة خلال الفترة الماضية وتحديداً العشرين سنة الأخيرة من القرن العشرين في مجالات التعليم والعمل والمشاركة الاجتماعية والثقافية والإبداعية والنضال الوطني، وهذا مرتبط في سياق الموروث الثقافي الذي لا يزال يؤثر بصورة سلبية في تحديد أدوار ومواقع المرأة، ومواقف كل من المجتمع ووسائل الإعلام منها. في نفس الوقت هناك تكريس للتوجهات التقليدية تجاه المرأة من خلال تركيز وسائل الإعلام على إبراز دور المرأة التقليدي تحت مسميات الحفاظ على العادات والتقاليد. وهذه النظرة تنعكس على صعيد الواقع والعلاقات السائدة في المجتمع بسلوكيات تضع عدداً من المشكلات والتعقيدات أمام تقدم المرأة وتحررها من الموروثات القديمة. ومن هنا تأتي أهمية هذا الكتاب الذي يحمل عنوان دراسات عن المرأة والإعلام الذي يعني بمداخل عدة لتناول قضايا مختلفة عن المرأة في علاقتها بالمجتمع ووسائل الإعلام.

فيتناول الكتاب من خلال فصوله المختلفة البعد التاريخي لكفاح المرأة وسعيها لتأكيد ذاتها وارتباطها بحركة المجتمع وهو ما ظهر في ثورة ١٩١٩م ومعالجة ذلك في الدراما المصرية، مروراً بدور الإعلام في تبني قضايا المرأة وإبراز صورتها الموضوعية والمتوازنة، وكذلك علاقة المرأة بوسائل الإعلام من خلال رصد دور مواقع التواصل الاجتماعي في إمداد المرأة بالمعلومات وتأثيرها على مشاركة المرأة المجتمعية والوعي بحقوقها، وانتهاءً بمدى إدراك المرأة واتجاهاتها نحو رصد صورة المرأة في التنظيمات الإرهابية كأحد التحديات التي تواجه المجتمع مع تنامي ظاهرة الإرهاب وتوظيف العناصر النسائية في

تصميم الغلاف : عبدالله نصير

ISBN 9789773558271



9 789773 558271

